

« Les Déterminants De L'entrepreneuriat Chez Les Jeunes »

Mohamed SABRI

Professeur de l'enseignement supérieur Assistant ; sciences de gestion,

Département d'Economie et de Gestion, Faculté Polydisciplinaire,

Université Sultan Moulay Slimane, Beni Mellal, Maroc.

Corresponding Author: Mohamed SABRI

Résumé: La culture entrepreneuriale consiste dans la sensibilisation à la création d'entreprise. Les jeunes qui suivent des études d'enseignement post-bac sont des entrepreneurs potentiels. Les contenus des programmes enseignés, l'accompagnement qu'on peut leur réserver dans la matière permettront de voir apparaître des chefs d'entreprises. Cela permettra de réduire le taux de chômage et contribuer au développement économique et social. L'intention des jeunes à créer l'entreprise ne dépend probablement pas seulement des dispositifs de formation et d'accompagnement suivis. Les perceptions que portent les jeunes sur l'environnement des affaires peuvent aussi avoir une influence à se lancer ou non dans un projet de création.

En effet, l'étude portée sur un échantillon de 363 jeunes a montré qu'effectivement, la création d'entreprise est expliquée par le fait de vouloir disposer de beaucoup d'argent et de retrouver une autonomie de prise de décision. En revanche, la concurrence des grandes entreprises, la lenteur des procédures administrative ainsi que les difficultés de financement restent les principales contraintes qui entravent le processus de création d'entreprises chez les jeunes.

Mots-clés: Création entreprise / Entrepreneuriat / Culture entrepreneuriale.

Date of Submission: 27-11-2017

Date Of Acceptance: 27-12-2017

I. Introduction

Le présent papier est une synthèse d'un travail de formation et d'accompagnement sur le développement de l'esprit d'entrepreneuriat auprès des jeunes du cycle de licence fondamentale au sein de la faculté polydisciplinaire de Beni Mellal depuis 2012. Nous avons adopté une pédagogie active permettant non seulement l'acquisition des connaissances théoriques nécessaires mais aussi leur mise en œuvre. Les étudiants suivent d'abord des sessions de formation, s'impliquent dans les séances d'accompagnement et d'encadrement animées entre autres par des professionnels avant de présenter en groupe leurs travaux dans des stands. Un jury composé d'enseignants et de professionnels vient ensuite évaluer ces projets de création d'entreprise et donne ses remarques et conseils complémentaires.

La finalité de cette pédagogie active est d'inculquer l'esprit d'entrepreneuriat aux jeunes avec plus de simplicité et beaucoup de réalisme. Malgré tous les efforts déployés tout au long de la formation et de l'accompagnement, les jeunes diplômés n'arrivent pas encore à faire aboutir leurs projets en entreprise. Plusieurs facteurs sont supposés être des freins qui empêchent ces jeunes à créer leurs entreprises ; les outils qu'ils acquièrent tout au long de la formation sont-ils suffisants pour se lancer dans une activité entrepreneuriale ? S'agit-il de la crainte de la faillite, du manque d'expérience, du manque de financement ou des difficultés dans les procédures administratives ?

Pour traiter cette problématique, nous avons jugé utile de revenir d'abord sur les fondamentaux de l'entrepreneuriat, situer cette activité dans son contexte théorique. Ensuite nous procéderons à la vérification de l'intention de créer une activité entrepreneuriale auprès d'un échantillon des jeunes étudiants prochainement diplômés. Leurs opinions sur le contenu de la formation par rapport au développement de l'esprit entrepreneurial nous intéresseront aussi. A la lumière de ce qui ressortira comme résultats, nous avancerons des propositions et des recommandations pour encourager davantage les jeunes à concrétiser leurs projets en entreprise mais aussi améliorer les programmes de formation dans ce sens.

II. La Culture Entrepreneuriale

L'entrepreneuriat peut être défini comme l'action de mettre en œuvre des moyens humains, techniques et financiers en vue de mettre sur pied une entreprise qui produira des biens ou des services sur le marché. La culture entrepreneuriale quant à elle regroupe l'ensemble des connaissances, des valeurs et des normes acquises dans un groupe.

L'entrepreneuriat ou la création d'entreprise constitue un vecteur du développement économique d'une nation. Il permet la diminution du chômage et la transformation des activités informelles en entreprises. La création d'entreprise est quand même précédée par une volonté ou une intention d'entreprendre. Cette intention résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise. La volonté de créer une entreprise dépend des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, de son milieu environnemental, et de ses spécificités culturelles (Benredjem, 2010). Pour Tounès (2006), la volonté de l'individu est importante dans l'aboutissement du processus de création d'entreprise. Drucker (1970) considère que l'émergence de l'économie entrepreneuriale est de toute évidence un événement culturel et psychologique autant qu'économique et technologique. Lecointre (1993) soutient que l'esprit d'entreprise est avant toute chose un esprit, c'est-à-dire une mentalité.

Selon Hofstede (1980), la culture entrepreneuriale est une programmation mentale collective propre à un groupe d'individus dans une société donnée. Cette culture entrepreneuriale peut être enrichie et développée tout au long du processus scolaire de la personne y compris les études supérieures. L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les établissements de formation, selon Rasmussen et Sorheim (2006), peut améliorer les attitudes, changer les comportements et les croyances des jeunes étudiants quant à l'entrepreneuriat, et leur faciliter l'assimilation et l'accessibilité au phénomène entrepreneurial. Saporta et Verstraete (2000) ajoutent que l'enseignement à l'entrepreneuriat peut modeler la cognition de l'étudiant en favorisant la combinaison de trois dimensions irréductibles et indissociables : réflexion, réflexivité et apprentissage. Trois axes définissent l'entrepreneuriat ; le profil de l'entrepreneur, l'environnement dans lequel le projet sera créé et l'ensemble des actions que le créateur d'entreprise mènera.

L'entrepreneur

Parmi les caractéristiques saillantes d'un entrepreneur, c'est le goût du risque ou ce qu'on peut appeler aussi l'aventure. Un entrepreneur est celui qui saisit les occasions et les opportunités que présente son environnement. Les caractéristiques personnelles jouent un rôle très important. L'entrepreneur doit avoir une ouverture d'esprit et disposer d'un sens d'observation et d'analyse.

Le contexte

Si le profil de l'entrepreneur est primordial dans le processus de l'entrepreneuriat, la réussite d'un projet d'entreprise dépendra aussi de l'environnement dans lequel sera mis en place. Dans ce contexte, nous abordons aussi bien l'environnement proche que lointain de l'entrepreneur. D'abord, la famille. En effet, une personne qui a grandi dans un environnement de chefs d'entreprise parents ou frères et sœurs, aura plus la tendance à se lancer dans la création d'entreprise. Il pourra aussi bénéficier du soutien de la famille tant en termes d'encadrement qu'en termes de financement et d'accompagnement. Par ailleurs, l'environnement comporte aussi les facteurs qui sont exogènes à l'entrepreneur ; le macro-environnement notamment. Il s'agit des opportunités qui se présentent sur le marché ou des éventuelles menaces qui risquent de contrarier le processus de création de l'entreprise.

Aussi, il convient de préciser que nous vivons dans un monde qui évolue d'une manière continue. La technologie des années 80 n'est pas celle des années 2020 et elle subira encore des évolutions notoires les prochaines années. Les données économiques changent. Les échanges commerciaux sont affectés par les nouvelles positions géo politiques. La population mondiale atteindra les 5 milliards d'habitants dans quelques années. Le réchauffement de la planète cause de plus en plus des changements climatiques qui ne peuvent pas être contrôlés par la population. Les ressources naturelles ne sont pas illimitées. Tous ces paramètres nous poussent à nous inscrire dans une nouvelle dynamique de création de richesse qui tient compte du développement durable. Les réflexions autour des projets sont plus que jamais appelées à prendre en compte la durabilité.

L'action

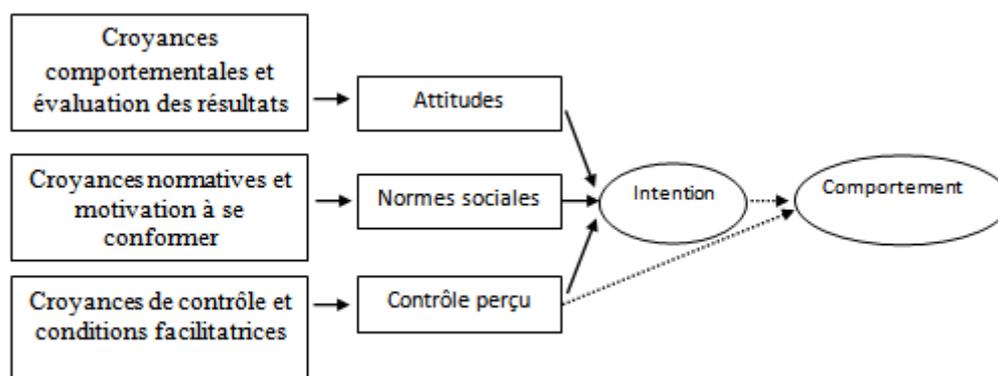
L'entrepreneur avec les caractéristiques définies ci-dessus doit agir étant donné ce que présente son environnement. Ses décisions doivent prendre en considération les opportunités qui lui sont offertes afin d'accélérer le processus de création. Il n'en demeure pas moins qu'il se doit d'être vigilant quant aux éventuels obstacles que présentent l'environnement et qui risquent de compromettre le processus de création de l'entreprise. L'entrepreneur est appelé à contourner ses difficultés et les rendre le maximum possible en la faveur du projet ou au moins amoindrir l'impact de ces difficultés sur le projet.

III. Le Cadre Conceptuel De L'entrepreneuriat

Nous avons articulé notre recherche sur les modèles d'intention comme ceux de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (Shapero et Sokol, 1982) en entrepreneuriat.

La théorie d'Ajzen (1991) postule que l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments que sont son attitude à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir sur la situation. Le premier élément renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). L'attitude d'un étudiant envers la création d'une entreprise repose sur ses valeurs et ses caractéristiques professionnelles et sur sa vision de l'entrepreneuriat (Tounès, 2006). Les normes sociales, constituant le deuxième élément,

La désirabilité, selon la terminologie de Shapero (1982), représente le degré d'attrait qu'un individu ressent envers la création d'une entreprise. Nous prendrons en compte ces deux approches dans notre étude, les normes sociales seront définies par le degré d'approbation de l'environnement social et par la désirabilité perçue de créer une entreprise (Shapero et Sokol, 1982). Le dernier élément est construit autour du contrôle perçu et défini autour de la perception qu'a la personne des difficultés à surmonter pour mettre en pratique un comportement étudié et une perception de la présence ou de l'absence des ressources et compétences individuelles nécessaires pour réaliser ce comportement (Tounès, 2006). Dans notre contexte, la faisabilité entrepreneuriale fait référence au degré avec lequel la personne pense pouvoir mener à bien la création d'une entreprise.



Modèle conceptuel

Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

Le comportement vis-à-vis de la création d'entreprise peut être expliqué par les attitudes et les caractéristiques personnelles. Nous avons souligné que le profil de l'entrepreneur est une composante déterminante dans le processus de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, les caractéristiques que présente l'environnement familial et social de l'entrepreneur influent la décision de création d'entreprise. C'est ce que Ajzen a appelé les normes sociales. Enfin, les facteurs facilitateurs peuvent constituer un élément explicatif de l'encouragement à la création d'entreprise.

IV. Méthodologie De Collecte Et De Traitement Des Données

Afin de vérifier le modèle ci-dessus, nous avons jugé utile d'administrer un questionnaire auprès d'un groupe d'étudiants qui suivent la formation en sciences économiques et gestion au sein de la faculté polydisciplinaire de l'université sultan Moulay Slimane de Béni Mellal. En effet, le questionnaire a été administré auprès d'un échantillon de 396 étudiants lors d'une séance sur la méthodologie de recherche et de préparation des projets de fin d'études au titre de l'année universitaire 2016/2017. La méthode d'échantillonnage qui a été choisie c'est la méthode par convenance.

Le nombre de questionnaires qui ont été retenus pour l'analyse est de 363 après avoir éliminé certains questionnaires non complets.

Les données ont été saisies ensuite et l'analyse a été effectuée sur le logiciel Sphinx.

Le questionnaire aborde cinq grands axes sur les motivations à se lancer dans un processus de création d'entreprise :

Les éléments qui définissent l'entrepreneuriat chez les jeunes

La vision sur la prochaine vie professionnelle

La carrière de l'entrepreneur vis-à-vis des objectifs à atteindre
 Les modalités de financement de la création d'entreprise
 Les contraintes qui entravent la création d'entreprise

Mesure De L'intention

Nous avons tenté à travers un ensemble d'items d'apprécier l'intention du jeune à se lancer dans la création d'entreprise. Les exemples de questions sont : Pensez-vous créer votre propre entreprise ? Au cas où vous pensez créer votre entreprise, est ce que juste après les études ou après quelques années d'expérience professionnelle ? Pensez-vous que la création d'entreprise juste après vos études est très difficile, assez difficile, assez facile ou très facile ?

Dans notre démarche nous avons choisi l'échelle de Lickert pour la plupart des questions avec une échelle de 1 à 4.

Analyse et traitement des données

Nous avons retenu l'analyse en composantes principales pour les principales variables que nous jugeons utiles dans notre cadre de recherche. Les variables qui ont été retenues pour le traitement sont au nombre de 12 items. Elles traitent les différentes caractéristiques d'une intention entrepreneuriale. L'étudiant est appelé à s'exprimer sur son avis quant à sa prochaine vie professionnelle, à la perception de la carrière professionnelle et aux contraintes éventuelles à la création d'entreprise. Les résultats de cette enquête seront développés dans ce qui suit.

V. Présentation Et Discussion Des Resultats

Nous présenterons dans ce qui suit les faits saillants des principaux résultats suite à l'analyse des données. Nous commencerons par certains résultats par l'analyse tri à plat, puis nous croiserons certaines variables afin de déterminer les principales motivations qui poussent les jeunes à la création d'entreprise. Vu la nature des informations, l'analyse factorielle multiple sera adoptée. En revanche, nous tenterons l'analyse en composantes principales pour voir si l'on peut aboutir à des conclusions. Nous avancerons enfin, quelques recommandations à ce sujet.

Tri à plat

Comment l'enquête définit l'Entrepreneuriat ?

<i>EntrDef Nb.</i>	<i>cit.</i>	<i>Intervalles de confiance</i>
<i>Non réponse</i>	12	1,5% < 3,3 < 5,1%
<i>Plus d'argent</i>	67	14,5% < 18,5 < 22,4%
<i>Possibilité de choisir des collègues</i> 44	44	8,8% < 12,1 < 15,5%
<i>Flexibilité des horaires</i>	19	2,9% < 5,2 < 7,5%
<i>Statut social</i>	82	18,3% < 22,6 < 26,9%
<i>Indépendance et autonomie</i> 180	180	44,4% < 49,6 < 54,7%
TOTAL OBS.	363	<i>La différence avec la répartition de référence est</i>

très significative. $\chi^2 = 279,97$, $ddl = 6$, $1-p = >99,99\%$.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

L'intervalle de confiance à 95% est donné pour chaque modalité.

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

On constate que l'autonomie et l'indépendance est la modalité la plus répétée dans l'échantillon. Les jeunes étudiants considèrent qu'être chef d'entreprise, c'est d'abord de jouir d'une certaine autonomie et de l'indépendance notamment dans les prises de décisions et dans la gestion quotidienne des affaires.

Pensez-vous créer votre propre entreprise?

EntrCréatNb. cit.Intervalles de confiance

<i>Non réponse</i>	12	1,5% < 3,3 < 5,1%
<i>Pas du tout</i>	9	0,9% < 2,5 < 4,1%
<i>Plutôt non</i> 56	56	11,7% < 15,4 < 19,1%
<i>Plutôt oui</i> 250	250	64,1% < 68,9 < 73,6%
<i>Tout à fait</i> 36	36	6,8% < 9,9 < 13,0%
TOTAL OBS.	363	

Moyenne = 2,89 Ecart-type = 0,59

La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (Pas du tout) à 4 (Tout à fait).

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 562,03$, $ddl = 4$, $1-p = >99,99\%$.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

L'intervalle de confiance à 95% est donné pour chaque modalité.

Presque la majorité des répondants pensent créer leur entreprise. Dans les entretiens de groupe, créer sa propre entreprise est un rêve de tout étudiant. En revanche, nous verrons dans les résultats qui suivent des précisions sur la date à partir de laquelle l'étudiant pourra se mettre au processus de création.

Par quels moyens comptez-vous financer votre entreprise?

EntrFinancement Nb. cit. Intervalles de confiance

Non réponse	25	4,3% < 6,9 < 9,5%
Ressources propres	97	22,2% < 26,7 < 31,3%
Appui de la famille	94	21,4% < 25,9 < 30,4%
Crédit bancaire	164	40,1% < 45,2 < 50,3%
Aide de l'Etat	85	19,1% < 23,4 < 27,8%
TOTAL OBS.	363	

La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 104,80$, $ddl = 5$, $1-p = >99,99\%$.

Le χ^2 est calculé avec des effectifs théoriques égaux pour chaque modalité.

L'intervalle de confiance à 95% est donné pour chaque modalité.

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum).

Des résultats du tableau ci-dessus, il ressort que l'aide de l'Etat vient en dernier lieu. Les personnes comptent beaucoup plus sur les crédits bancaires, puis les ressources propres ou l'aide des membres de la famille.

Tri croisé

Par ailleurs, les interactions que nous avons essayé de faire entre les variables nous permet d'aboutir à des affirmations quant à la relation d'impact et de contribution à l'activité entrepreneuriale. Nous avons pu aussi identifier selon les résultats de l'enquête les facteurs qui posent encore des contraintes aux porteurs de projet.

En effet, l'analyse des correspondantes principales ressort ce qui suit :

Au niveau des contributions positives, les résultats montrent qu'au premier rang, ce qui stimule les jeunes à se lancer dans l'activité entrepreneuriale c'est la recherche de la richesse (beaucoup d'argent). Le désir de relever des défis, et l'autonomie dans la prise de décision sont déterminants pour une activité entrepreneuriale (voir l'axe2, annexe1). Deux autres facteurs ont une influence positive ; le fait d'avoir un emploi stable et aussi de disposer de son temps libre. Nous précisons, qu'il s'agit dans ces résultats de la perception que donnent les jeunes quant à la carrière d'un entrepreneur. Probablement qu'une fois dans l'activité, cette perception risque de changer vu que l'entrepreneur selon ceux qui sont déjà en activité doit consacrer plus de temps à son entreprise surtout les premières années de démarrage.

Au niveau des contraintes qui entravent et découragent les jeunes à se lancer dans un processus entrepreneurial, on trouve, selon toujours les résultats de l'étude, qu'au premier rang la peur à la concurrence des grandes entreprises. La crainte de la faillite et l'absence d'opportunités sur le marché ne viennent qu'à la troisième et la quatrième position respectivement. L'analyse des correspondances multiples quant à elle nous montre que l'intention entrepreneuriale dépend effectivement des attitudes des jeunes et de la perception qu'ils ont vis-à-vis des dispositifs de facilitations mis en place. Les contraintes liées à la procédure administrative préoccupent encore les jeunes malgré les efforts que font les administrations dans ce sens. Les résultats qui figurent dans l'annexe2 présentent ces relations entre les variables prises en considération et montrent les axes les plus explicatifs. Dans cette optique, il nous semble qu'il convient d'améliorer le système de communication et d'information sur les nouveautés apportées par les organisations notamment administratives en matière d'accompagnement à la création d'entreprise.

VI. Recommandations

A la lumière de ce qui précède, l'entrepreneuriat malgré les efforts qui se font de la part des établissements de formation n'est pas encore vulgarisée comme souhaité. Les petites activités génératrices du revenu restent, à notre sens, plus abordables que les projets de créations ambitieux.

Les jeunes étudiants se concordent sur les difficultés de financement des projets de création d'entreprise. Selon les personnes interrogées, le recours aux crédits bancaires est le premier moyen de financement. L'aide de l'Etat n'est pas au premier rang quant aux sources de financement. Malgré le fait que la formation entrepreneuriale n'a pas d'effet très significatif sur l'évolution de l'intention entrepreneuriale (Boudabbous, 2011), il n'en demeure pas moins qu'il convient de multiplier des efforts au niveau du processus scolaire et universitaire pour sensibiliser, encadrer et accompagner les jeunes sur l'entrepreneuriat. Les modules de formations sur la création d'entreprises doivent être insérés avec le même intérêt que toutes les autres matières d'enseignement. Les témoignages des chefs d'entreprises qui viennent partager avec les jeunes étudiants leurs expériences et leurs visions de voir leurs entreprises dans l'avenir ont un impact important sur le développement de l'esprit entrepreneurial.

Aussi, les organismes de financement sont appelés à développer des nouveaux produits permettant de financer les projets de création d'entreprise tout en supervisant l'exploitation durant les premières années d'activité. A ce titre, la communication sur les produits en question reste à renforcer. Au niveau des administrations publiques, nous recommandons que la démarche soit inversée. Leur mission ne doit pas se contenter de recevoir les papiers administratifs et procéder à la création d'entreprise. Il nous semble qu'ils doivent communiquer sur les démarches administratives de création et intéresser toute personne porteuse d'une idée de projet de l'attirer, l'accompagner et la coacher dans ce sens.

VII. Conclusion

L'orientation et l'encouragement vers l'entrepreneuriat est devenue depuis quelques années une occupation de quelques organismes publics. En effet, la création d'entreprise contribue au développement des richesses et à la réduction de chômage des jeunes. Au Maroc, plusieurs initiatives se développent dans ce sens. Des modules de formation sur l'entrepreneuriat ont été ajoutés dans le cursus universitaires de certaines filières de formation y compris la filière des sciences économiques et de gestion.

En revanche, la dernière réforme pédagogique de 2013/2014 a vu la suppression de ces modules devant l'étonnement de ceux qui encouragent l'entrepreneuriat. Malgré cette erreur pédagogique, des établissements demeurent porteurs de projets d'activités scientifiques sur l'entrepreneuriat au Maroc et en Afrique dont notre université Sultan Moulay Slimane de Béni Mellal au Maroc.

Notre objectif en maintenant ces activités consiste à promouvoir l'esprit de l'entrepreneuriat auprès des jeunes diplômés et aider en conséquence les instances et les organismes qui militent pour cette cause. Cette recherche nous a montré qu'effectivement, les jeunes étudiants aspirent toujours à la création d'entreprise. Il s'agissait d'un objectif lointain de rêve, mais avec les sessions de formation et d'encadrement, cet objectif devient de plus en plus réalisable. L'intention et la motivation sont là. Les sessions de formation ont permis aux jeunes étudiants de penser différemment et de voir que se mettre sur leur propre compte devient possible. C'est ce qui est confirmé par les résultats de l'enquête. Le crédit bancaire ressort comme la source privilégiée pour financer le projet de création d'entreprise.

Si la formation et l'accompagnement jouent un rôle important pour encourager les jeunes étudiants à s'inscrire dans l'optique de l'entrepreneuriat, il semble que d'autres dispositifs peuvent être explorés pour le même objectif. En effet, il nous semble que l'engagement et l'implication des chefs d'entreprise soit aussi un vecteur pour développer l'entrepreneuriat. Nous pensons aux associations et organisations telles que la Confédération Générale des Entreprises du Maroc ou encore le Réseau Maroc Entreprendre.

Références bibliographiques

- [1]. AJZEN, I. (1991), "The theory of planned behaviour", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- [2]. AJZEN I. et FISHBEIN M. (1980), *Understanding attitudes and predicting social behaviour*, Englewoods Cliffs : Prentice Hall, 430 pages.
- [3]. BERGLANN H., MOEN E.R., ROED K., SKOGSTRON J.F. (2010), "Entrepreneurship: Origins and returns", *Labour Economics*, Labeco-01025; No of Pages 14
- [5]. BOUDABBOUS Sami (2011) L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés , *Revue Libanaise de Gestion et d'Economie* N°6.
- [6]. Drucker P. (1970). *La grande mutation : vers une nouvelle société*. Les Éditions d'Organisation.
- [7]. HOFSTEDE G. (1980), *Culture's consequences: international differences in work-related values*, Beverly Hills, CA, Sage Publication
- [8]. Lecoindre G. (1993). *Étudiants et cadres sénégalais : quelques aspects socioculturels de leurs mentalités et comportements*. L'esprit d'entreprise, Ed. AUPELF-UREF, John Libbey Eurotext, Paris, pp 61-80.
- [9]. RASMUSSEN E-A. et SORHEIM R. (2006), *Action-based entrepreneurship education*, *Technovation* 26, 185-194,
- [10]. SAPORTA .B. et VERSTRAETE T. (2000), "Réflexion sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en Sciences de Gestion dans les universités françaises" , *Revue de Gestion*, vol.17 n°3, p. 97 -121
- [11]. SHAPERO A. et SOKOL L. (1982), *The social dimensions of entrepreneurship*, *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, chap. IV, pp. 72-90.
- [12]. TOUNES A.(2006), "L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français", *Revue des Sciences de gestion*, *Direction et Gestion*, Mai/Juin, n°41, 219.
- [13]. TOUNES A. (2007), "Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale", *Actes des VIIème Journées Scientifiques du Réseau Entrepreneuriat*

[14]. MAÂLEJ A. (2013) Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. La Revue Gestion et Organisation n° 5 Pages 33-39.

Annexe 1

Analyse en composantes principales

Variables: EntrCréat, PerCréat, CreatJustApres, EntrFamil, EntrActivité, ViProf-trsi, ViProf-emst, ViProf-tmli, ViProf-risq, ViProf-Argt, ViProf-inde, ViProf-Deci, ViProf-miso, ViProf-trpe, ViProf-defi, ViProf-pouv, ViProf-créa, ViProf-resp, EntrCarr-trsi, EntrCarr-emst, Entr-Carr-tmli, EntrCarr-argt, EntrCarr-inde, EntrCarr-deci, Entr-Carr-miso, EntrCarr-defi, EntrCarr-pouv, EntrCarr-créa, EntrCarr-resp, EntrContr-prad, EntrContr-difin, EntrContr-ndisrh, EntrContr-cgdeses, EntrContr-csinfor, EntrContr-absopp, EntrContr-absculentr, EntrContr-RisquMche, EntrContr-absaidEtat, EntrContr-mqcomptech, EntrContr-MqcomMngriale, EntrContr-CrFaillite, Age.

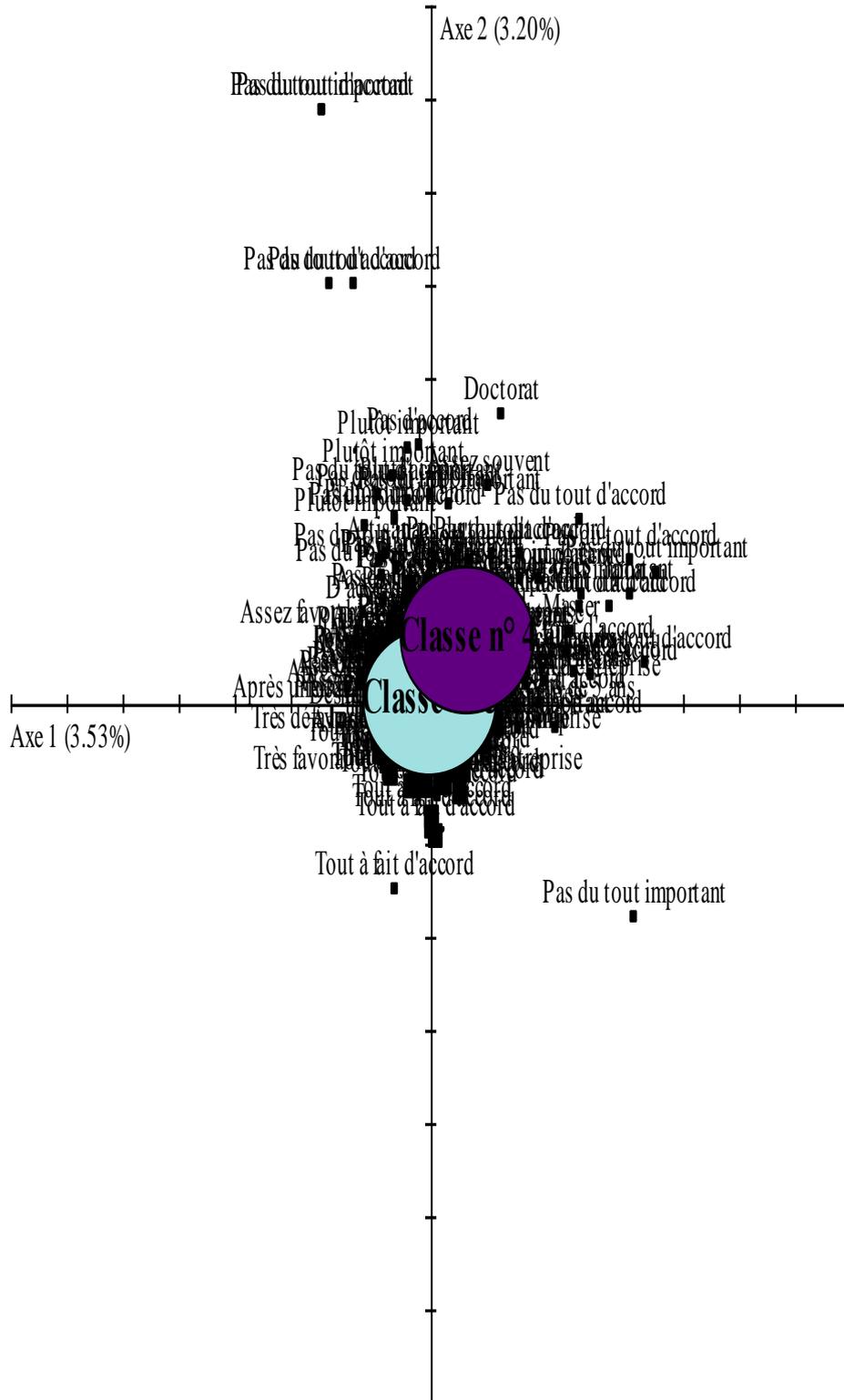
CONTRIBUTIONS POSITIVES			
Axe 1 (+11.38%)		Axe 2 (+8.14%)	
EntrContr-cgdeses	+8,0%	EntrCarr-créa	+12,0%
EntrCarr-argt	+7,0%	ViProf-defi	+10,0%
EntrContr-MqcomMngriale	+7,0%	ViProf-créa	+7,0%
EntrCarr-emst	+6,0%	EntrCarr-deci	+7,0%
EntrContr-difin	+6,0%	EntrCarr-defi	+6,0%
EntrContr-CrFaillite	+6,0%	ViProf-risq	+3,0%
Entr-Carr-tmli	+5,0%	ViProf-Argt	+3,0%
EntrContr-absopp	+5,0%	ViProf-Deci	+3,0%
ViProf-emst	+4,0%	ViProf-miso	+3,0%
EntrCarr-inde	+4,0%	EntrCarr-pouv	+3,0%
EntrContr-absaidEtat	+4,0%	EntrCarr-resp	+3,0%
EntrContr-mqcomptech	+4,0%	EntrContr-absaidEtat	+3,0%
EntrActivité	+3,0%	EntrContr-absculentr	+2,0%
EntrContr-RisquMche	+3,0%	EntrCréat	+1,0%
ViProf-pouv	+2,0%	ViProf-trpe	+1,0%
EntrCarr-pouv	+2,0%	ViProf-pouv	+1,0%
EntrContr-absculentr	+2,0%	ViProf-resp	+1,0%
Age	+2,0%	Entr-Carr-miso	+1,0%
ViProf-trsi	+1,0%		
ViProf-tmli	+1,0%		
ViProf-inde	+1,0%		
CONTRIBUTIONS NEGATIVES			
Axe 1 (+11.38%)		Axe 2 (+8.14%)	
		ViProf-trsi	-4,0%
		Age	-3,0%
		EntrCarr-trsi	-2,0%
		EntrContr-cgdeses	-1,0%
		EntrContr-csinfor	-1,0%

Tableau des contributions

Le tableau donne, pour les 2 premières composantes, les contributions relatives (positives et négatives) des critères.

3 observations ne sont pas prises en compte (non-réponse à au moins un des critères).

Annexe 2



	Axe 1 (+3.53%)		Axe 2 (+3.20%)	
CONTRIBUTIONS POSITIVES	Pas du tout d'accord	+5.89%	Pas du tout d'accord +3.50%	
	Pas du tout d'accord	+4.54%	Plutôt important +2.54%	
	Pas du tout d'accord	+3.60%	Pas d'accord +2.43%	
	Pas du tout d'accord	+3.12%	Pas du tout d'accord +2.34%	
	Pas du tout d'accord	+2.77%	Pas du tout important +2.34%	
	Pas du tout d'accord	+2.67%	Plutôt important +2.19%	
	Jamais	+2.67%	Pas d'accord +2.10%	
	Pas du tout d'accord	+2.50%	Pas d'accord +1.99%	
	Pas du tout d'accord	+2.46%	Pas du tout d'accord +1.74%	
	Pas du tout d'accord	+2.41%	Plutôt important +1.73%	
	Très important	+2.21%	Pas d'accord +1.51%	
	Pas du tout important	+2.17%	Pas du tout d'accord +1.47%	
	Pas du tout important	+2.12%	Pas d'accord +1.42%	
	Tout à fait	+1.82%	Pas du tout d'accord +1.18%	
	Pas du tout important	+1.55%	Pas d'accord +1.16%	
	Tout à fait d'accord	+1.55%	Pas du tout d'accord +1.15%	
	Pas du tout d'accord	+1.54%	Plutôt important +1.02%	
	Pas du tout d'accord	+1.51%	Assez important +1.01%	
	Pas du tout d'accord	+1.36%	Pas du tout important +0.93%	
	Plutôt important	+1.33%	Pas d'accord +0.88%	
	CONTRIBUTIONS NEGATIVES	Assez important	-1.72%	Tout à fait d'accord -2.52%
Pas d'accord		-1.31%	Tout à fait d'accord -2.39%	
D'accord		-1.30%	Tout à fait d'accord -2.18%	
D'accord		-1.23%	Tout à fait d'accord -2.04%	
Plutôt important		-1.15%	Tout à fait d'accord -2.00%	
Assez important		-1.13%	Tout à fait d'accord -1.77%	
Assez important		-0.93%	Tout à fait d'accord -1.59%	
22-24 ans		-0.92%	Très important -1.38%	
D'accord		-0.77%	Tout à fait d'accord -1.27%	
D'accord		-0.75%	Tout à fait d'accord -1.23%	
Tout à fait d'accord		-0.73%	Tout à fait d'accord -1.17%	
Pas d'accord		-0.71%	Tout à fait d'accord -1.01%	
D'accord		-0.69%	Tout à fait d'accord -0.97%	
D'accord		-0.67%	D'accord -0.94%	
D'accord		-0.66%	Tout à fait d'accord -0.94%	
D'accord		-0.64%	Très favorable à la création d'entrepri: -0.84%	
D'accord		-0.61%	Très important -0.81%	
D'accord		-0.57%	Très important -0.79%	
D'accord		-0.56%	Tout à fait d'accord -0.71%	
Assez important		-0.55%	Très important -0.65%	

	Axe 1 (+3.53%)	
CONTRIBUTIONS POSITIVES	Pas du tout d'accord	+5.89%
	Pas du tout d'accord	+4.54%
	Pas du tout d'accord	+3.60%
	Pas du tout d'accord	+3.12%
	Pas du tout d'accord	+2.77%
	Pas du tout d'accord	+2.67%
	Jamais	+2.67%
	Pas du tout d'accord	+2.50%
	Pas du tout d'accord	+2.46%
	Pas du tout d'accord	+2.41%
	Très important	+2.21%
	Pas du tout important	+2.17%
	Pas du tout important	+2.12%
	Tout à fait	+1.82%
	Pas du tout important	+1.55%
	Tout à fait d'accord	+1.55%
	Pas du tout d'accord	+1.54%
	Pas du tout d'accord	+1.51%
	Pas du tout d'accord	+1.36%
	Plutôt important	+1.33%
CONTRIBUTIONS NEGATIVES	Assez important	-1.72%
	Pas d'accord	-1.31%
	D'accord	-1.30%
	D'accord	-1.23%
	Plutôt important	-1.15%
	Assez important	-1.13%
	Assez important	-0.93%
	22-24 ans	-0.92%
	D'accord	-0.77%
	D'accord	-0.75%
	Tout à fait d'accord	-0.73%
	Pas d'accord	-0.71%
	D'accord	-0.69%
	D'accord	-0.67%
	D'accord	-0.66%
	D'accord	-0.64%
	D'accord	-0.61%
	D'accord	-0.57%
	D'accord	-0.56%
	Assez important	-0.55%

IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) is UGC approved Journal with Sl. No. 4481, Journal no. 46879.

Mohamed SABRI. “« Les déterminants de l'entrepreneuriat chez les jeunes ».” IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) , vol. 19, no. 12, 2017, pp. 07–17.