



PERSONNALITE DE L'ENTREPRENEUR ET SON IMPACT SUR LA REUSSITE DES MICRO-ENTREPRISES DE KINSHASA EN RDC

Jean-Pierre Madapo Maye¹,
Richard-Dieubeni Diantete Miekutuala²,
Corneille Luboya Tshiunza³ⁱ

¹Assistant,

Université de l'Uele à Isiro,

Candidat du Diplôme d'Etudes Approfondies,

Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Education,

Université Pédagogique Nationale de Kinshasa,

République Démocratique du Congo

²Cadre du Service public de l'Etat,

Agence pour la Promotion de l'Entrepreneuriat des Classes Moyennes,

Chef d'Antenne du Ministère du Plan,

Kinshasa, République Démocratique du Congo

Candidat du Diplôme d'Etudes Approfondies à

Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Education,

Université Pédagogique Nationale de Kinshasa,

République Démocratique du Congo

³Professeur,

Faculté de Psychologie et des Sciences,

Education de l'Université Pédagogique Nationale de Kinshasa,

République Démocratique du Congo

Résumé :

L'étude a expliqué la personnalité de l'entrepreneur et son impact sur la réussite des micro-entreprises (ME) de Kinshasa. Pour collecter les données, l'étude a recouru à l'échantillon occasionnel de 120 entrepreneurs des ME de Kinshasa avec une mortalité estimée à 47,1%. Le questionnaire et l'entretien sont des instruments qui ont permis la collecte des données. Les données collectées ont été analysées par l'analyse de contenu et l'analyse statistique. Les résultats ont montré que les entrepreneurs des ME de Kinshasa ont des personnalités constituées des caractéristiques sociodémographiques, des attitudes personnelles et des profits entrepreneuriaux différents qui contribuent significativement et positivement à la réussite de leurs petites et moyennes entreprises dans la mesure où ces entreprises ont connu l'augmentation de la taille de vente, de la part de vente dans le marché, de nombre des clients, de chiffre ou capital d'affaire, de la réputation, des bénéfices enregistrés par jour, par semaine et par mois ainsi que la bonne santé financière. Les entrepreneurs cibles affichent plus les personnalités investigatrices,

ⁱ Correspondence: email corneilleluboya@outlook.fr, madapojean@gmail.com

réalistes, entreprenantes et conventionnelles. Les entrepreneurs font face à plusieurs défis. Il s'agit des défis liés à la qualité des produits ou services, au marketing, à la gestion financière, au pouvoir d'achat de la population, à la concurrence, à l'inflation du taux d'échange, à l'accès à l'énergie hydro-électrique, à l'insécurité, aux taxes et à la tracasserie de l'autorité communale et provinciale et au financement.

Mots clé : personnalité, entrepreneur, impact, réussite, ME, Kinshasa

Abstract:

The study explained the personality of the entrepreneur and its impact on the success of micro-enterprises (MEs) in Kinshasa. To collect the data, the study relied on a convenience sample of 120 entrepreneurs from MEs in Kinshasa, which has an estimated mortality rate of 47.1%. The questionnaire and the non-directive interview are instruments that facilitated the collection of data. The data collected was analysed through content analysis and statistical analysis. The results showed that the entrepreneurs of MEs in Kinshasa possess personalities characterized by distinct sociodemographic traits, personal attitudes, and entrepreneurial profits that significantly and positively contribute to the success of their MEs. This success is evidenced by increases in sales volume, market share, customer numbers, revenue or capital turnover, reputation, and daily, weekly, and monthly profits, as well as overall financial health. Target entrepreneurs are predominantly identified as having investigative, realistic, enterprising, and conventional personalities. The entrepreneurs of MEs face numerous challenges, including those related to the quality of products or services, marketing, financial management, the purchasing power of the population, competition, inflation rates, access to hydroelectric energy, insecurity, taxes, bureaucratic hassles from local and provincial authorities, and financing.

Keywords: personality, entrepreneur, impact, success, ME, Kinshasa

1. Introduction

Depuis longtemps, il est dit que le chef est important pour la création et pour la performance de l'entreprise (Baumol, 1968 ; Carland, Hoy & Carland, 1988 ; McClelland, 1961 ; Schumpeter, 1934 ; Chrisman, Bauerschmidt & Hofer, 1998). La tradition enseignait même que le plus grand déterminant du succès d'une entreprise était le chef lui-même (Hofer & Sandberg, 1987). Il n'y a pas de mauvaise troupe, il n'y a que le mauvais dirigeant dit-on. Puisqu'il est aussi vu comme une dynamo du système économique (Filion, 1988), il est donc utile à la bonne croissance économique de la région dans laquelle il fait des affaires. Or, il y a un important manque de consensus au niveau des compétences que doit posséder le chef d'une entreprise à succès.

Les ouvrages ne sont pas des plus clairs lorsqu'il est question de savoir quelles sont les caractéristiques et compétences du chef-entrepreneur de PME pouvant influencer la

performance de son entreprise. Cependant, plusieurs études ont tenté de fournir les éclairages sur cette question. Parmi les plus disponibles et accessibles, il y a lieu de citer :

L'étude de Hofer & Sandberg (1987) qui a tenté d'établir les caractéristiques générales du chef à succès et a avancé trois types de facteurs. Premièrement, ce sont les variables démographiques comme le bagage familial, l'âge, l'éducation et l'expérience. Deuxièmement, les caractéristiques psychologiques, comme le « locus of control », l'attitude quant au risque et la tolérance à l'ambiguïté. Troisièmement, on retrouve les comportements ou les compétences comme le fait de posséder d'importantes habiletés de gestion.

Luboya et Musolongo (2021) ont précisé que pour mieux comprendre un entrepreneur en action et en formation, l'utilisation des typologies existantes permet d'orienter les chercheurs à dégager les profils des entrepreneurs. A ce sujet, ces auteurs ont recensé plusieurs travaux qui ont permis la mise en place des typologies des entrepreneurs. Par exemple, Smith (1967) propose une catégorisation entre entrepreneur artisan, entrepreneur opportuniste et entrepreneur technologique. Laufer (1974) a montré les différences entre : le manager ou l'innovateur, l'entrepreneur-proprétaire orienté vers la croissance, l'entrepreneur refusant la croissance mais à la recherche de l'efficacité, l'entrepreneur, le dirigeant d'entreprise familiale et le propriétaire-dirigeant de petite ou moyenne entreprise. Glueck (1977) distingue trois types de personnes autonomes : l'entrepreneur, le dirigeant d'entreprise familiale et le propriétaire-dirigeant de petite ou moyenne entreprise. Gasse (1978) quant à lui s'intéresse à deux types d'entrepreneurs : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur d'affaires. De même, les rapports annuels du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) évoquent régulièrement deux types d'entrepreneurs : l'entrepreneur de nécessité et l'entrepreneur d'opportunité Schollhammer (1980) caractérise cinq ensembles d'entrepreneurs : administratif, opportuniste acquisitif, incubatif et imitatif. Une autre typologie est introduite par Miner (1990) : l'entrepreneur, l'entrepreneur axé sur la croissance et le manager. Vesper (1980) note qu'il est possible d'identifier au moins 11 types d'entrepreneurs : les travailleurs autonomes travaillant seuls, les bâtisseurs d'équipes, les innovateurs indépendants, les multiplicateurs de modèles existants, les exploitants d'économie d'échelle, les rassembleurs de conglomerats, les spéculateurs et les manipulateurs de valeurs apparentes. Fillion (1997) suggère une typologie de six types de propriétaires-dirigeants de PME à savoir : le bûcheron, le séducteur, le sportif, le vacancier, le converti, le missionnaire. Il conçoit également deux types d'entrepreneur : l'opérateur et le visionnaire. A partir des travaux de Miles & Snow (1978), Julien & Marchesnay (1996) décrivent quatre types d'entrepreneurs se distinguant par l'innovation : le prospecteur, l'innovateur, le suiveur et le réacteur (Luboya et Musolongo, 2021). Selon Luboya et Musolongo (2021), la majorité des typologies de l'entrepreneur est plus théorique qu'empirique.

Empiriquement, Nsuka (2020) a analysé les profils et caractéristiques des entrepreneurs et de leurs entreprises du Quartier Matonge II de Kalamu. L'étude a recouru à la méthode d'enquête et les techniques de questionnaire et d'interview libre ainsi que la technique d'analyse de contenu et d'analyse statistique. Elle conclue que concernant les caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs, en majorité (51,5%), les entrepreneurs du Quartier Matonge a le niveau d'études supérieur et universitaire. Plus de 50% des entrepreneurs ont fait la filière des sciences économiques et de gestion (commerciales, économiques et gestion marketing et entrepreneuriat). En majorité (57,6%), les entrepreneurs sont des personnes du genre masculin. Cette majorité des entrepreneurs est constitué des adultes jeunes dont l'âge varie entre 26 et 45 ans. 60,6% des entrepreneurs sont des mariés. La plupart d'entre eux ont une expérience de 10 à 29 ans (63,6%). Ils sont affiliés à une association (63,6%). 51,5% des entrepreneurs estiment avoir un entrepreneur dans leur famille. Eu égard aux caractéristiques socioéconomiques des entreprises, la majorité (60,6%) des entreprises créées par les entrepreneurs est une très petite entreprise (TPE) de 1 à 9 salariés. Elles sont de diverses natures notamment ont des entreprises de sécurité et agences (39,4%) ; des salons de coiffure (21,2%) ; des hôtels (12,1%) ; des restaurants (12,1%) et des supermarchés (15,2%). Elles sont financées plus par l'économie ou financement personnel des initiateurs (45,5%) que par d'autres moyens. Les TPE sont créés, majoritairement, dans le secteur tertiaire (42,2%). Les entreprises créées ont, en majorité, la forme privée individuelle (72,7%). Les entreprises créées ont une durée entre le moyen (48,5%) et le long terme (36,8%). Par rapport à la motivation et l'appréciation des conditions entrepreneuriales, la quasi-majorité des entrepreneurs (81,8%) ont apprécié favorablement leur marché. Elle (87,9%) estime être dans un marché concurrentiel où s'observe la rivalité entre plusieurs agents pour un même marché. Les entrepreneurs interrogés (60,6%) apprécient positivement l'impact de la concurrence dans leur marché. Ils estiment que la concurrence est vitale pour qu'une entreprise saisisse les attentes et les évolutions du marché (études de marché), mais aussi les stratégies des concurrents (veille concurrentielle). Les conditions de la création d'entreprise sont jugées favorables pour la majorité (54,5%). Car selon les entrepreneurs le lieu est commercial et plus fréquenté, la demande de la clientèle est élevée, le marché est favorable à cause du pouvoir d'achat du public ou clientèle, le positionnement du milieu d'offres et la conclusion de l'étude du milieu était favorable.

Malgré toutes ces typologies et études, l'influence du dirigeant d'une Petite et Moyenne Entreprise sur la performance de son organisation est toujours incomprise. Cette incompréhension n'est pas due au manque d'études empiriques sur le sujet, mais plutôt aux limites méthodologiques de ces études. En effet, plusieurs limites méthodologiques expliquent les différences de résultats d'une étude à l'autre.

En premier lieu, le caractère ponctuel de ces recherches et leurs petits échantillons limitent la validité externe des études (Moran, 1998 ; Brockhaus, 1982 ; Lorrain & Dussault, 1986). De plus, les échantillons sont souvent limités à une région géographique (Colerette & Aubry, 1988) et les personnes qui sont vues comme des entrepreneurs

diffèrent d'une étude à l'autre (Wee, Lim & Lee, 1994). La plupart du temps, les échantillons ne sont pas homogènes (Gartner, 1989).

En deuxième lieu, il arrive souvent que les chercheurs n'utilisent pas les mêmes définitions et caractéristiques du chef d'entreprise et souvent celles-ci varient d'une étude à l'autre (Blawatt, 1995 ; Wee, Lim & Lee, 1994). Les différences de perspectives des chercheurs doivent être prises en compte. Si l'on ne considère pas ces perspectives, la validité d'une étude peut être mise en doute puisque chaque personne possède une vision différente d'une même caractéristique ainsi que de sa définition (Montagno, Kuratzo & Scarcella, 1986).

En troisième lieu, les instruments de mesure utilisés par les chercheurs ne sont pas toujours des plus valides (Sexton & Bowman, 1984, 1986 ; Herron & Robinson, 1993). Il y a donc un certain manque de rigueur au niveau de ce champ d'études.

Malgré les nombreuses études réalisées, nous ne savons toujours pas de manière certaine ce qu'il faut pour être un chef de PME efficace. Ainsi, la recherche de la performance durable amène les propriétaires-dirigeants à poursuivre des objectifs à la fois de nature économique, sociale et environnementale et crée, par le fait même, une conception plus globale de la performance. De même, de nouveaux profils d'entrepreneurs se dessinent à partir de ces objectifs poursuivis qui vont au-delà de la traditionnelle recherche de la performance économique. Ces nouveaux profils d'entrepreneurs peuvent être qualifiés de durables. Ils ont des besoins différents, notamment en termes d'accompagnement spécifique dans la mise en place de pratiques de développement durable.

La présente étude s'intéresse des profils, caractéristiques, qualités et compétences des entrepreneurs en termes de leur personnalité et ses effets sur la réussite de leurs entreprises.

En effet, l'entrepreneuriat est surtout une affaire de personnes. Mais, il est possible de faire émerger chez ces personnes l'esprit d'entreprise, le goût d'entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir dans leurs entreprises. Il y a, cependant, des conditions à mettre en place dans l'environnement global, mais aussi et surtout dans le milieu immédiat des entrepreneurs. Le développement d'une culture entrepreneuriale, dans un milieu donné, relève autant de facteurs liés aux personnes, c'est-à-dire, aux entrepreneurs eux-mêmes, à leur famille, à leur évolution dans un environnement donné, qu'à la localisation proprement dite de l'entrepreneur et de l'entreprise. Le message important ici, est que l'entrepreneurship peut se développer chez les personnes en autant que l'environnement soit facilitateur et valorisant pour les entrepreneurs. Plus un milieu se donne les éléments d'une culture entrepreneuriale riche et reconnue, plus les entrepreneurs émergent et se développent tôt dans la vie. À partir d'un modèle descriptif, on essaie de présenter les principales influences de la création d'entreprise dans un milieu afin de mieux en comprendre la dynamique, et surtout d'identifier des moyens d'interventions capables de stimuler une culture entrepreneuriale riche et porteuse.

L'objectif est de faire le point sur les principaux déterminants de l'entrepreneurship à partir d'un certain nombre d'études sur le sujet. Même si la discipline est relativement jeune, il commence à émerger maintenant une certaine convergence dans la recherche sur l'entrepreneurship quant aux influences majeures sur le processus de création d'entreprises, surtout en ce qui concerne les facteurs de l'environnement. On le sait, les nouvelles entreprises ne connaissent pas toutes le succès. Par ailleurs, un certain nombre sont devenues très florissantes.

Or, la création et le développement des nouvelles entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Les entrepreneurs initient une démarche de mobilisation et d'organisation des ressources dans le but de lancer, puis de développer des entreprises qui viendront combler des besoins.

Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières (Gasse et D'Amours, 2000). Cependant, à l'examen de ces attributs, il nous faut reconnaître que ceux-ci peuvent varier selon les types d'entrepreneurs.

De plus, force est de reconnaître que les prédispositions entrepreneuriales sont le fruit de l'évolution des personnes dans des milieux donnés. Ces personnes, une fois créées, deviennent les entrepreneurs. Autrement expliqué, la création d'une nouvelle entreprise représente, fondamentalement, une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. La personnalité d'entrepreneur, quant à la création, l'influence par rapport à la forme qu'aura l'entreprise (Fayol, 2012).

L'étude s'intéresse aux incidences de la personnalité de l'entrepreneur sur la réussite de son entreprise. Il se base sur le constat selon lequel beaucoup d'entrepreneurs au sein de la commune de Makala ont réussi avec leurs entreprises. Lors que nous observons leurs personnalités, il se remarque qu'ils ont des caractéristiques et des profils différents. Lors de nos observations préliminaires, nous avons observé que les entrepreneurs qui ont réussi dans la ville de Kinshasa, n'arrivent pas à comprendre la segmentation du marché voire la gestion de sa clientèle. Ils accusent des difficultés ou des insuffisances dans la compréhension des principes classiques de gestion. Pourtant, ils ont réussi leurs entreprises depuis plusieurs années. Sur ce, nous estimons que leur réussite est dû à leur personnalité.

Eu égard à ce qui précède, la préoccupation de l'étude se résume au tour des questions suivantes :

- QP : Quel est l'impact de la personnalité de l'entrepreneur de ME sur la réussite des micro-entreprises de Kinshasa ?
- QS1 : Quelle est la personnalité dominante chez les entrepreneurs des ME de Kinshasa ?
- QS2 : Quels sont les défis qui bloquent l'entrepreneur de réussir à Kinshasa ?

Face aux questions de recherche, l'étude a défini l'objectif général (OG) et les objectifs spécifiques (OS) suivants :

- OG : expliquer la personnalité de l'entrepreneur et son impact sur la réussite des ME de Kinshasa.
- OS1 : décrire la personnalité dominante chez les entrepreneurs des ME de Kinshasa ;
- OS2 : identifier les défis qui bloquent les ME des entrepreneurs de Kinshasa de réussir.

L'observation du phénomène étudié et la revue de la littérature nous permettent d'émettre les hypothèses ci-après :

- H1 : Les entrepreneurs des microentreprises (ME) de Kinshasa ont des personnalités constituées des caractéristiques sociodémographiques, des attitudes personnelles et des profits entrepreneuriaux différents qui contribuent significativement et positivement à la réussite de leurs entreprises dans la mesure où ces ME ont connu l'augmentation de la taille de vente, de la part de vente dans le marché, de nombre des clients, de chiffre ou capital d'affaire, de la réputation, des bénéfices enregistrés par jour, par semaine et par mois ainsi que la bonne santé financière.
- H2 : Les entrepreneurs des ME de Kinshasa affichent plus les personnalités investigatrices, réalistes, entreprenantes que conventionnelles.
- H3 : Les entrepreneurs des ME de Kinshasa font face à plusieurs défis à savoir les défis de la qualité des produits ou services, du marketing, de la gestion financière, du pouvoir d'achat de la population, de la concurrence, de l'inflation du taux d'échange, de l'accès à l'énergie hydro-électrique, de l'insécurité, des taxes exorbitantes et de la tracasserie de l'autorité communale et provinciale et du financement.

2. Cadres conceptuels et théoriques de l'étude

Ce point est important dans la mesure où il éclaire les concepts et décrit les aspects théoriques relatifs à l'étude.

2.1 Définition des concepts clés

Pour éviter l'équivoque des termes employés dans cette étude, ce point est consacré aux définitions des termes clés notamment : personnalité, entrepreneur, microentreprise et réussite d'une entreprise.

2.2 Personnalité

Le terme personnalité dérive de terme persona qui signifie masque. Selon Jung (1916), la personnalité correspond à la partie visible et audible du rôle joué par l'individu.

Walter (1968), donne plus d'éclairage en estimant que la personnalité est comme un comportement d'un individu qui est influencé par deux choses : l'attribut spécifique d'une situation donnée et la manière dont celle-ci est perçue.

Allport (1927), précise que la personnalité rend compte des aspects, affectifs et émotionnels précoce et biologiquement déterminé.

Dans le contexte de l'étude, la personnalité est comprise comme l'ensemble du caractère, de tempérament et des aptitudes d'une personne. Elle est perceptible par ses caractéristiques, aptitudes et actes.

2.2.1 Entrepreneur

Le mot entrepreneur regorge plusieurs définitions. Ces définitions s'orientent vers les différents paradigmes entrepreneuriaux selon les perspectives des auteurs.

Selon Bygrave et Minniti (2000), l'entrepreneur est celui qui saisit une opportunité, agit sur elle à travers la création d'une organisation, et met enjeu au long du processus, une partie significative de sa richesse personnelle.

Bruyat (1993), estime que l'entrepreneur est celui qui entreprend, se met à faire, organise quelque chose à savoir la création de valeur, d'une entreprise, d'une innovation. Pour Say (1852), l'entrepreneur est un preneur de risques qui investit son propre temps et argent et coordonne des ressources pour produire des biens.

Selon Bygrave et Hofer (1991), l'entrepreneur est celui qui identifie une opportunité et crée une organisation pour la poursuivre. C'est dans ce sens que Druker (1964), note que l'entrepreneur est celui qui maximise les opportunités.

Luboya et Musolongo (2014) font l'effort de concilier dans une définition de l'entrepreneur plusieurs paradigmes entrepreneuriaux. Selon ces auteurs, l'entrepreneur est une personne pleine des valeurs (intelligente, travailleuse, indépendante, ambitieuse, créative, flexible, clairvoyante, dynamique, déterminée, passionnée, ayant le sens d'aventure ou de risque) qui sait créer ou identifier une opportunité entrepreneuriale, l'exploiter afin de démarrer une nouvelle entreprise, de relancer une activité lucrative ou sociale, d'introduire un produit ou un service innovant dans un marché donné et ou de créer des plus-values ou des richesses dans une entreprise existante.

Par rapport à l'étude, l'entrepreneur est celui qui entreprend quelque chose, innove un produit, maximise les opportunités et crée la valeur ou richesse. Il s'agit d'une personne qui exerce une activité économique dans un secteur donné en exploitant l'opportunité et l'innovation afin de créer une entreprise de production de bien ou service visant la création de la richesse ou de la valeur.

2.2.2 Réussite d'une entreprise

Selon Philippe (2021), la réussite est subjective. Cette subjectivité s'explique par le fait que chaque personne croit à ses propres valeurs et n'a pas les mêmes aspirations.

Selon Blackburn *et al.* (2013), le succès de l'entreprise est défini par le profit, la croissance des ventes, le retour sur investissement, la fidélisation de la clientèle, la réputation et ainsi de suite.

Luboya et Musologo (2021) estiment que la réussite d'une entreprise est l'atteinte des objectifs d'une entreprise et se mesure par les indicateurs tels que la bonne satisfaction des besoins de la clientèle, l'augmentation de la demande ou taille de vente, des chiffres d'affaires et des recettes ou rentabilité, le positionnement et contrôle du marché, la conservation du leadership du marché et l'amélioration de la qualité de services ou produits.

Pour cette étude, la réussite d'une entreprise est sa capacité d'atteindre ses objectifs de profit et de croissance.

2.2.3 Micro-entreprise (ME)

La notion de la petite et moyenne entreprise (PME) acquiert des significations sur le milieu et en fonction du niveau de développement du pays considéré. Une entreprise de taille donnée peut être classée comme petite dans une économie développée et apparaît comme moyenne dans un pays moins avancé (Warner, 1993).

L'étude a ciblé les micro-entreprises. A ce sujet, Zimmerer & Scarborough (2008), définissent une micro-entreprise comme étant une petite entreprise avec une organisation simple, souvent dirigée par une seule personne ou un très petit groupe.

Pour Banque Mondiale (2021), une micro-entreprise est une entreprise ayant un effectif compris entre 1 et 9 salariés, avec un faible chiffre d'affaires et une structure organisationnelle simple.

En résumé, les deux définitions s'accordent sur l'idée que les micro-entreprises sont de petites structures avec une organisation simple et un effectif limité. La définition de la Banque Mondiale apporte des précisions quant à l'effectif et au chiffre d'affaires, tandis que celle de Zimmerer & Scarborough met l'accent sur la direction informelle et personnelle de ces entreprises.

En RDC, Loi n° 073/O11 du 05 janvier 1973 portant création et organisation de l'Office de promotion des petites et moyennes entreprises congolaises, qu'a été adoptée le 24 août 2009, par l'État Congolais représenté par le Ministère des petites et moyennes entreprises et les Organisation patronales et professionnelles des PME, une charte des petites, moyennes entreprises et Artisanat en RDC, qui a ainsi défini un nouveau cadre applicable aux PME.

L'article 3 de la charte de la PME de la RDC précise que la Micro Entreprise ou la Très Petite Entreprise (TPE) répond aux critères et seuils suivants : (i) Effectif compris entre 1 (un) et 5 (cinq) employés ; (ii) Chiffre d'affaires annuel hors taxe variant entre 1 (un) à 10.000 USD (dix mille dollars) ; (iii) Valeur des investissements nécessaires mis en place pour les activités de l'entreprise inférieure ou égale à 10.000 USD (dix mille dollars) et (iv) Mode de gestion concentrée. L'article 4 de la charte de la PME de la RDC précise que la Petite Entreprise répond aux critères et seuils suivants : (i) Effectif compris entre 6 (six) et 50 (cinquante) employés ; (ii) Chiffre d'affaires annuel hors taxes variant entre 10.001 (dix mille un) à 50.000 USD (cinquante mille dollars) ; (iii) Valeur des investissements nécessaires mis en place pour les activités de l'entreprise variant entre

10.001 (dix mille et un) à 150.000 USD (cent cinquante mille) et (iv) mode de gestion concentrée.

Dans cette étude, les micros entreprises sont des entreprises qui emploient au moins 5 personnes et dont le chiffre annuel ou le total du bilan n'excède pas un montant en franc congolais équivalent à 10 mille dollars américains.

2.3 Aspects théoriques de l'étude

Ce point décrit les théories de la personnalité de l'entrepreneur.

2.3.1 Qualité intra individuelle d'un entrepreneur

Pour identifier les qualités entrepreneuriales d'un entrepreneur, plusieurs études se sont concentrées sur l'isolation des variables biographique et des traits de personnalité de l'entrepreneur, ces études s'inscrivent dans l'approche par les traits (McClelland 1961, Timmons, 1979 ; Gartner, 1989 ; Stevenson et Jarillo, 1990 et Danjou 200).

Cette approche repose sur le postulat selon lequel l'entrepreneur se distingue des autres personnes des caractéristiques psychologiques spécifiques. A partir de la revue de la littérature, les auteurs (Mc Clelland, 1961 ; Timmons, 1979 ; Timmos *et al.* 1977 ; Hornady, 1982 ; Gartner, 1989 ; Stevenson et Jarillo , 1990 ; Kao, 1991 ; Robinson, Stimpson, Heufner et Hunt, 1991 ; Danjou, 2000 ; Gural et Atson, 2006 ; Shepiso Ingwenya, 2007 ; Nandrom et Karelsonson, 2007) ont identifié les trait les plus fréquents attribués à l'entrepreneur notamment besoin d'accomplissement ou de réalisation, propension pour prendre un risque modéré, créativité, indépendance, tolérance face à l'ambiguïté, confiance en soi, responsabilité, orientation vers les bruits, leadership, estime de soi, détection des opportunités, engagement, contrôle interne, persévérance malgré les obstacles, tolérance de l'incertitude, grand besoin de statut et de pouvoir, autonomie, autodiscipline, intégrité, haut niveau d'énergie et de dynamisme originalité, optimisme, flexibilité, débrouillardise et prise d'intuitive, innovateur capable de faire face à la concurrence, tolérance au stress, pragmatisme ou personne orientée vers l'action, capacité de concevoir des projets, de conceptualiser et se de se projeter dans l'avenir.

Selon Shaver et Scott (1991 cités par Pillis et Readon, 2007), les traits de personnalité des individus sont des prédicateurs de l'entrepreneuriat et expliquent en grande partie la réussite entrepreneuriale des entrepreneurs. Ainsi, appuyant sur ces mêmes propos, dans une étude empirique récente, Toomina et Meilao (2007) ont examiné l'influence des variables psychologiques et des variables contextuels pour comprendre le processus de création d'entreprise. Les données ont été collectées auprès de 3.337 répondants chinois appartenant aux différents groupes (ceux qui ne veulent pas créer une entreprise, ceux qui planifient, ceux qui ont créé avec succès leurs entreprises). Les résultats ont montré que les deux variables sont les meilleurs prédicteurs pour la création d'entreprise. Mais, les qualités entrepreneuriales influencent beaucoup les actions des entrepreneurs potentiels. Dans une autre étude de Gural et Alson (2006), menée auprès des 400 étudiants Turks de 4^e année, six qualités ont été utilisées (besoin de réalisation, locus de contrôle, propension de prise de risque, tolérance de l'ambiguïté, innovation, confiance

en soi) pour définir le profil entrepreneurial des étudiants. Le résultat a montré que les étudiants qui ont des qualités entrepreneuriales ont une tendance forte vers l'entraînerait.

Par ailleurs, pour appréhender le début du processus entrepreneurial, les traits psychologiques de l'entrepreneur seuls demeurent insuffisants pour expliquer la décision de créer une affaire (Kollman, Cristofor et Kuckertz, 2007). Il faut prendre en considération toutes les composantes de la personnalité (caractère, tempérament et aptitudes) et l'attitude de l'entrepreneur. Pour cette raison, Robinson *et al.* (1991) ont recommandé l'exploitation des attitudes comme une voie alternative pour appréhender l'entrepreneuriat. Ils ajoutent que l'attitude est la meilleure approche pour appréhender l'entrepreneuriat.

Nandrom et Karelsonson (2007), ont aussi considéré l'attitude comme la meilleure considération pour étudier l'entrepreneur plus que les traits démographiques, car elle est plus liée au comportement qu'aux traits. Ces deux auteurs ont critiqué les études basées sur l'approche par les traits. D'après eux, cette critique n'est pas due à l'absence des caractéristiques psychologiques qui distinguent les entrepreneurs des non entrepreneurs mais due principalement aux théories et aux méthodes utilisées pour identifier ces traits.

Sur ce, plusieurs études se sont penchées sur l'analyse des attitudes entrepreneuriales. La recherche réalisée par Copain (2003) a mis en évidence la liste de toutes ses attitudes d'un entrepreneur généralement citées dans la littérature : confiance en soi, créativité, imagination, innovation, communication, loquacité, persévérance, ténacité, opportunisme, enthousiasme, optimisme, indépendance, énergie, connaissance pratiques, prise de risque, vision, sens des responsabilités, curiosité, sens de la gestion et de l'organisation, leadership, prise d'initiative, accomplissement de soi, négociation de l'intelligence, utilisation des ressources, ambiguïté, incertitude, passion, engagement, pragmatisme, souplesse, flexibilité, connaissance de ses forces et ses faiblesses, ambition, prise de décision, contrôle, pression, esprit critique, jugement esprit de synthèse, créativité, stratégie, réalisation et capacité d'analyse.

Par ailleurs, Toulouse (1990), Grant (1996), puis Gasse et D'Amours (2000) ont identifié les attitudes devant guider les actions des entrepreneurs à savoirs : les attitudes à l'égard du destin, de l'argent et de l'usure, du risque et de l'incertitude, du succès et de l'échec, de la stabilité et de l'innovation ainsi que de la concurrence. Dans ce même ordre d'idées, Shepherd et Douglas (1997) ont présenté les attitudes envers l'entrepreneuriat par ces éléments ; l'attitude envers, l'indépendance, l'attitude envers le risque financier, l'attitude envers le revenu, l'attitude envers le travail, l'attitude positive envers ces éléments augustes l'intention des entrepreneurs de créer une affaire. A la suite de ces travaux, Luboya et Musolongu (2021) ont retenu les dimensions suivantes : (i) l'attitude envers le destin ; (ii) l'attitude envers l'indépendance ; (iii) l'attitude envers le risque ; (iv) l'attitude envers la tolérance à l'ambiguïté ; (v) l'attitude envers le travail ; (vi) l'attitude envers le revenu ; (vii) l'attitude envers l'innovation ; (viii) l'attitude vers la créativité ; (ix) l'attitude vers la rigueur et le pragmatisme et (x) l'attitude vers l'humilité.

2.3.2 Profil ou typologie des entrepreneurs

Il existe plusieurs typologies des entrepreneurs. Nous décrivons quelques-unes qui ont inspiré l'étude.

Ainsi, Schumpeter (1935) cité par Luboya et Musologo, (2021) a proposé, à cet effet, une typologie de quatre types historiques d'entrepreneurs. Le fabricant commerçant, le capitaine d'industrie, le directeur salarié et fondateur ou le créateur.

Décrit par Fayolle (2012), cette typologie, proposée en 1967, est l'une des toutes premières à savoir vu le jour. Elle comprend deux figures d'entrepreneurs : (i) l'entrepreneur artisan et (ii) l'entrepreneur opportuniste.

Dans une note d'analyse, Létowski (cité par Luboya et Musologo, 2021), oppose un entrepreneur créateur de son emploi à un entrepreneur développeur (créateur d'organisation, d'emplois et de richesses économiques).

Fauchart et Gruber (2011) cité par Luboya et Musologo, (2021) ont proposé deux typologies d'entrepreneur selon deux approches. Dans une approche classique, ils ont identifié trois profils principaux d'entrepreneur : (i) l'inventeur (identification, découverte d'opportunités), (ii) le créateur (acquisition des ressources, création de l'organisation, passage du projet à l'entreprise) et (iii) développeur (recherche des voies de croissance, recrutement, développement de l'entreprise). Dans une deuxième approche, beaucoup plus originale, Fauchart et Gruber (2011 cité par Luboya et Musologo, 2021) ont proposé également trois nouveaux types d'entrepreneurs en fonction de l'idée que les individus se font de leur identité sociale : (i) les darwiniens, (ii) les communautaires et (iii) les missionnaires.

Dans leur ouvrage « Entrepreneuriat et décision de l'intention à l'acte » (Hernandez et Marco (2006) cité par Luboya et Musologo, 2021), présentent diverses formes d'entrepreneurs : néo-entrepreneur, entrepreneur social, entrepreneur classique et entrepreneur organisationnel.

2.3.3 Caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs

Toutes les études réalisées sur les entrepreneurs n'ont pas permis de répondre à la question : « les entrepreneurs sont-ils différents des non-entrepreneurs ? ». Autrement dit, il n'a pas été possible d'identifier des traits caractéristiques discriminants. Il est néanmoins utile de connaître les différents points de vue qui visent à décrire l'entrepreneur.

Très souvent, les études empiriques qui utilisent les traits de personnalité de l'entrepreneur comme facteurs explicatifs du comportement ou de la performance des entreprises retiennent à ce niveau le lieu de contrôle interne, le besoin d'accomplissement et la propension à la prise de risque (Korunka *et al.*, 2010).

A ce sujet, Luboya et Musologo (2021) discute les effets des caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs sur l'action entrepreneuriale. Il s'agit du genre, de l'âge, du statut matrimonial, de la taille du ménage, du niveau d'étude, d'origine ou appartenance géographique, du milieu et modèle entrepreneurials, d'expérience dans le domaine et d'appartenance religieuse.

2.3.4 Théories de la personnalité

L'entrepreneur est celui qui présente une personnalité particulière. Nombreuses sont les recherches qui ont essayé d'apporter la démonstration que l'entrepreneur possède des traits que ne détiennent pas les non-entrepreneurs (McClelland, 1961 ; Brockhaus, 1980 ; Hirish & O'Brien, 1981). Ces recherches ont permis de mettre en lumière de nombreux traits ou caractéristiques tels que : l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude, la confiance en soi, l'implication long terme, le lieu de contrôle interne (le sentiment qu'un individu a qu'il contrôle directement le cours des choses), l'auto-efficacité, la prise de risques modérés, etc. Si, cette idée des traits discriminants semble aujourd'hui abandonnée, les recherches en psychologie, psychologie cognitive, psychosociologie ont été considérablement développées au cours des dernières années (Carsrud et Brannback, 2009 ; Johnson et Delmar, 2010 ; Frese, 2011 ; Shaver, à paraître).

Quelques théories psychologiques expliquent les comportements des hommes au travail. Deux ont retenu notre attention. Il s'agit de la théorie de Goldberg et de la théorie de Halland.

La théorie de la personnalité de Lewis Goldberg connue sous le nom de « *Modèle des Big five* » provient de différentes études dans lesquelles on mettait l'accent sur certains traits de la personnalité pour déterminer la façon d'être une personne. Même si l'on parle de ce modèle depuis 1933, il ne s'est structuré comme théorie qu'à partir de 1993. A l'origine, les « *Big five* », terme anglophone, choisi par Ernest Hemingway (1936), désignait les « *cinq grands* » mammifères craints et respectés par les chasseurs de fauves : l'éléphant, le rhinocéros, le lion, le léopard et le buffle. Le terme « *Big Five* » constitue métaphore de la théorie de la personnalité « *OCEAN* » : Ouverture (O) ; Conscienciosité (C) ; Extraversion (E) ; Agréabilité (A) et Névrosisme (N).

Une autre théorie très utilisée dans l'univers de l'orientation professionnelle, a été proposée par John Holland dans les années 1960. Selon cet auteur, il y a généralement cohérence entre tel ou tel type de personnalité et tel ou tel choix professionnel. Cette théorie a donc été graduellement conçue pour aider les personnes à faire des choix de carrière et d'éducation qui assortissent leurs propres intérêts et leurs capacités. Selon Holland, il existe six types de personnalités dans les environnements professionnels : réalistes, investigateurs, artistiques, sociaux, entreprenants et conventionnels.

2.3.5 Personnalité de l'entrepreneur et succès de l'entreprise

L'entrepreneur est un réalisateur de projets qui recherche en permanence de nouvelles pistes de développement. Il privilégiera ainsi le leadership, le pouvoir de contrôle et la prise de risque. Or, l'entrepreneur, en tant qu'individu, ne croit pas facilement en sa possibilité de contrôle et de faire évoluer l'environnement par ses propres actions. Il craint de ce fait ne pas pouvoir assurer le risque lié à la création d'une entreprise.

Les facteurs de réussite des entrepreneurs sont considérés comme les principaux atouts sur lesquels ceux-ci comptent pour atteindre leurs objectifs à moyen et à long terme. Pour cela, les entrepreneurs doivent résister aux différentes contraintes de

l'environnement afin d'assurer la compétitivité de leurs entreprises (Bouquin, 2004). En ce sens, la majorité des travaux de recherche adoptent cette définition des facteurs comme des déterminants primordiaux pour instaurer la pérennité des entreprises (Verstraete, 1999). Désormais, la connaissance des déterminants de la réussite entrepreneuriale offre aux entrepreneurs la possibilité de répondre efficacement aux attentes du marché et assurer la continuité de leurs projets entrepreneuriaux.

Les auteurs ayant traité la question des facteurs de réussite des entrepreneurs sont nombreux (Acs et Szerb, 2010). Toutefois, nous proposons de les analyser à partir de l'apport d'Ahmad et Hoffman (2007) qui les synthétise en trois catégories de facteurs : personnels ; environnementaux et managériaux.

3. Méthodologie de l'étude

Ce point présente le champ d'étude et la démarche méthodologique et les difficultés rencontrées.

3.1 Présentation de la ville de Kinshasa

L'étude a ciblé comme champ d'investigation la ville province de Kinshasa est la capital de la République démographique du Congo. Il s'agit de présenter la situation géographique, l'historique, la mission et objet social ainsi que la structure organique et fonctionnelle.

3.1.1 Situation géographique

Situé sur la rive sud du fleuve Congo, au niveau du pool Malabo, elle fait face à la capitale de la république du Congo Brazzaville. Les limites de la ville étant très étendues, plus de 90% de sa superficie sont des espaces ruraux ou forestiers notamment dans la commune de Maluku. Parties urbanisées se trouvent à l'ouest du territoire. Kinshasa a le statut administratif de ville et constitue l'une des 26 provinces du pays. Ses habitants sont nommés Kinois.

3.2 Historique

Le site de Kinshasa est occupé depuis plusieurs siècles par des peuples Bantous (teke, humbu) et devient une place commerciale au cours des XVIIIe et XIXe siècle.

En 1881, l'explorateur Henry Morton Stanley nomme la ville Léopoldville en l'honneur du roi des belges Leopold II. En 1920, elle ne compte que 1600habitants, et voit peu à peu sa population s'accroître jusqu'à atteindre 200.000 habitants en 1950.

Kinshasa, en lingala (Kisasa) appelé Léopoldville, en néerlandais (Leopoldstad) de 1881 à 1966, est la capital et la plus grande ville de la République démocratique du Congo (RDC) et l'une de des plus peuplés d'Afrique.

Durant la seconde moitié du XXe siècle, la ville connaît un fort développement économique et une urbanisation anarchique ; passant d'un million d'habitants en 1970 a une population d'environ 17 millions. Elle s'étend sur 9.965km carré. Avec une population estimée en 2021 a plus de 17 millions d'habitants dans sa zone métropolitaine,

elle est troisième agglomération d’Afrique derrière Le Caire et Lagos. Et constitue la plus grande agglomération francophone du monde, ayant dépassé celle de Paris dans les années 2010, et figure parmi les agglomérations les plus peuplées au monde.

3.2.1 Mission et objet social

La ville de Kinshasa est le centre politique, économique et culturel de la RDC. Elle joue un rôle crucial dans le développement du pays.

3.2.2 Structure organique et fonctionnelle

La ville de Kinshasa est divisée en plusieurs communes et districts, chacun ayant son propre conseil et administration. La zone construite de Kinshasa est divisée en zones industrielles et commerciales.

A l’ouest, une zone industrielle appelée Leo-ouest avant 1960, s’épanouit près du site du premier entrepôt établi par Henry Morton Stanley. La ville est divisée en 24 communes et compte 21 groupements.

3.2 Population et échantillon de l’étude

La population de l’étude est un élément très important d’où elle nous a permis de comprendre le milieu et de bien découvrir leur difficulté rencontrée dans notre champ d’étude. Elle est la clef de notre enquête dans cette étude.

La population cible est bien finie et composé des entrepreneurs de Kinshasa. Vu la taille de la population, nous ne pouvons pas étudier tous les entrepreneurs. Nous avons décidé d’extraire un petit groupe, un échantillon.

Ainsi, nous avons extrait un échantillon non probabiliste du type occasionnel composé de deux cents dix (210) entrepreneurs de Kinshasa. Après investigation, il a connu une mortalité de nonante et neuf (99), soit 47,1%. Le tableau (3.1) indique les caractéristiques sociodémographiques et professionnelles des enquêtés et des ME.

Tableau 3.1: Description des caractéristiques des enquêtés et des PME (N = 111)

Caractéristiques	Description	ni	%	Statistiques
Genres	Masculin	66	59,5	M : 1,41 SD : ,493
	Féminin	45	40,5	
Ages	18-25 ans	33	29,7	M : 1,87 SD : ,689
	26-45 ans	60	54,1	
	46-65 ans	17	15,3	
	66 ans et plus	1	,9	
Statuts matrimoniaux	Marié	41	36,9	M : 1,63 SD : ,485
	Non marié	270	63,1	
Niveaux d’études	Primaire	2	1,8	M : 2,66 SD : ,548
	Secondaire	36	32,4	
	Supérieur et Universitaire	71	64,0	
	Postuniversitaire	2	1,8	
Nationalités	Expatrier	6	5,4	M : 1,95 SD : ,227
	National	105	94,6	

Expériences dans le domaine	Aucune	15	13,5	M : 2,14 SD : ,681
	1 à 9 ans	69	62,2	
	10 à 19 ans	25	22,5	
	20 à 29 ans	1	,9	
	30 ans et plus	1	,9	
Statuts de l'entrepreneur avant la création	Sans emploi	34	30,6	M : 2,10 SD : 1,018
	Etudiant	49	44,1	
	Dirigeant d'entreprise	12	10,8	
	Employé dans une entreprise du même secteur	15	13,5	
	Employé dans une entreprise d'un autre secteur	1	,9	
Confessions religieuses	Christianisme	96	86,5	M : 2,13 SD : ,803
	Islam	11	9,9	
	Bouddhisme	1	,9	
	Judaïsme	2	1,8	
	Mouvement ésotérique	1	,9	
Formes juridiques	Microentreprise formelle (enregistrée par l'Etat)	77	69,4	M : 1,31 SD : ,463
	Microentreprise informelle (non enregistré par l'Etat)	34	30,6	
Modes de responsabilité	Microentreprise associée	20	27	M : 1,75 SD : ,457
	Microentreprise individuelle	81	73	
Ages des ME	Court termes (0 à 1 ans)	43	38,7	M : 2,05 SD : ,913
	Moyen termes (2 à 5 ans)	19	17,1	
	Long termes (5 ans et plus)	49	44,1	
Tailles des entreprises	Aucun salarié	65	58,6	M : 1,59 SD : ,768
	0 à 2 Salariés	27	24,3	
	3 à 5 Salariés	19	17,1	
Sources de financement	Financement personnel	96	86,5	M : 1,18 SD : ,508
	Financement des membres des familles ou des amis	11	9,9	
	Emprunt des crédits (banques, micro finances)	3	2,7	
	Autres sources	1	,9	

Source : Enquête sur terrain.

Concernant les genres, nous constatons une prédominance du genre masculin (66 enquêtés, soit 59,5%) sur le genre féminin avec 45 enquêtés, soit 40,5%.

Concernant les statuts matrimoniaux, le tableau 3.1 montre que 41 enquêtés, soit 36,9% des entrepreneurs de cette municipalité sont des mariés et 70 enquêtés, soit 63,1% sont constitués des entrepreneurs non-mariés.

Sur un effectif total de 111 entrepreneurs, la fréquence d'âge la plus élevée s'observe dans la tranche d'âge de 26 à 45 ans (60 enquêtés, soit 54,1%), suivi par la tranche d'âge de 18 à 25 ans (33 enquêtés, soit 29,7%), ensuite 46 à 65 ans (17 enquêtés, soit 15,3%) et enfin la dernière tranche d'âge est celle de 66 ans et plus avec 1 enquêté, soit 0,9%.

Il se dégage du tableau 3.1 que 2 enquêtés, soit 1,8% ce sont limités au niveau du primaire, 36 enquêtés, soit 32,4% ce sont limités au niveau secondaire ; 71 enquêtés, soit 64% ont fait des études supérieure et universitaire et 2 enquêtés, soit 1,8% sont allés jusqu'à l'enseignement postuniversitaire.

Pendant nos enquêtes, nous avons interrogé 6 enquêtés, soit 5,4% qui sont des expatriés. Pour le reste, 105 enquêtés, soit 94,6% sont exclusivement les entrepreneurs nationaux.

Eu égard à l'expérience, nous remarquons que 15 enquêtés, soit 13,5% n'ont aucune expérience dans leur domaine de formation ; 69 enquêtés, soit 62,2% ont une expérience dans leur domaine de formation de 1 à 9 ans ; alors que 25 enquêtés, soit 22,5% ont une expérience de 10 à 19 ans et 1 enquêté, soit 0,9% a respectivement une expérience de 20 à 29 ans et 30 ans et plus.

Les données du tableau 3.1 montrent que 34 enquêtés, soit 30,6% se sont lancés dans leurs affaires en étant au chômage ou sans emploi ; 49 enquêtés, soit 44,1% étaient encore des étudiants alors que 12 enquêtés, soit 10,8% était des dirigeant d'entreprise ; 15 enquêtés, soit 13,5% étaient déjà employés dans une entreprise du même secteur et 1 enquêté, soit 0,9% a été employé dans une entreprise d'un autre secteur.

Le tableau 3.1 montre que 96 enquêtés, soit 86,5% d'entrepreneurs de notre enquête sont dans le christianisme ; 11 enquêtés, soit 9,9% sont de l'islam ; 1 enquêté, soit 0,9% est dans le bouddhisme ; 2 enquêtés, soit 1,8% sont dans le judaïsme et 1 enquêté, soit 0,9% fait partie du mouvement ésotérique.

En ce qui concerne les formes juridiques des PME, il est remarqué que 77 enquêtés, soit 69,4% sont des micro-entreprises formelles ou enregistré par l'Etat contre 34 enquêtés, soit 30,6% des micro-entreprises informelles ou non enregistré par l'Etat.

En outre, le tableau 3.1 montre que du point de vue modes de fonctionnement, 20 enquêtés, soit 27% des entreprises créées dans la ville de Kinshasa sont des micro-entreprises individuelles contre 81, soit 73% des micro-entreprises associées.

Le tableau 3.1 montre concernant les âges des PME que 43, soit 38,7% ont des entreprises qui ont vécu à court terme (0 à 1 ans) ; 19, soit 17,1% des entreprises qui ont vécu à moyen terme (2 à 5 ans) et 49, soit 44,1% des entreprises ont vécu à long termes.

Le tableau 3.1 montre que selon les tailles, 65 PME, soit 58,6% sont des entreprises qui n'ont pas des salariés ; 27, soit 24,3% sont des entreprises qui ont 1 à 2 salariés et 19 PME, soit 17,1% sont des entreprises qui ont 3 à 5 salariés.

Le tableau 3.1 exprime les différentes sources de financement des entrepreneurs de Kinshasa. Il sied de faire remarquer que les entrepreneurs qui ont eu recours au financement personnel, représentent 96 enquêtés, soit 86,5% ; 11 enquêtés, soit 9,9% ont recouru au financement des membres des familles ou des amis ; 3 enquêtés, soit 2,7% ont recouru aux emprunts des crédits (banques, micro financement) et 1 enquêté, soit 0,9% a recouru à d'autres sources de financement.

3.3 Collecte des données

Pour collecter les données pertinentes, nous avons utilisé la méthode d'enquête, l'entretien et le questionnaire.

La méthode d'enquête a permis de rapprocher les entrepreneurs afin de recueillir leurs points de vue sur les effets de leur personnalité sur la réussite de leur PME. Nous avons procédé à la pré-enquête avant d'entamer l'enquête. Durant cette phase, nous

avons fait une descente sur terrain afin de distribuer la première version du questionnaire pour discuter avec quelques entrepreneurs de Kinshasa et avoir leurs opinions par rapport à notre thème. Nous avons aussi testé la première version du questionnaire auprès de 25 entrepreneurs. Il était aussi question de voir si les items du questionnaire étaient bien compris par les entrepreneurs.

Les résultats enregistrés à cette étape ont permis de corriger les lacunes éprouvées par les enquêtés. Au terme de cette phase de pré-enquête, nous avons élaboré un questionnaire définitif en fonction des avis évoqués par les enquêtés et nous avons procédé par les enquêtes proprement dites.

Lors de la phase d'enquête, nous avons administré les copies du questionnaire et après un laps de temps nous sommes retournés pour les récupérer. L'administration du questionnaire a été directe. Il s'agissait pour l'enquêté de remplir le questionnaire après avoir reçu les explications de l'enquêteur. Nous avons pris du temps nécessaire, pour distribuer les exemplaires du questionnaire et collecter les protocoles. Cela nous a pris un mois environ, soit du 02 octobre au 5 novembre 2022. Nous avons eu le temps de faire des descentes auprès des PME de Kinshasa. La première étape était d'administrer un questionnaire à la main propre et non par l'intermédiaire. Nous leurs donnions les explications claires du questionnaire d'enquête avant de répondre aux questions posées. Les uns répondaient sur place et les autres après quelques temps c'est-à-dire selon leurs emplois du temps.

La seconde et dernière étape était celle de collecte des données. Pendant notre récolte, nous avons récolté cents onze protocoles et nonante et neuf, soit 47,1% copies du questionnaire étaient perdus.

3.4 Analyse des données

Après la collecte des données, nous avons procédé au dépouillement des données enregistrées dans les protocoles lors des enquêtes. Les données dépouillées ont été soumises aux techniques d'analyse statistique et de contenu. Pour dépouiller les réponses aux questions ouvertes et les justifications des enquêtés aux questions semi-fermées, nous avons appliqué l'analyse de contenu. Les discours écrits des entrepreneurs ont été regroupés et simplement quantifiés grâce à l'analyse statistique.

L'analyse statistique a servi au traitement quantitatif des informations recueillies. Nous avons utilisé le pourcentage, la moyenne, l'écart-type (SD) et le coefficient de corrélation. Les données soumises à l'analyse univariée ont été traitées par le calcul de pourcentage. Tandis que les données soumises à l'analyse bivariée ont nécessité l'usage de coefficient de corrélation de Rho de Spearman. Notre étude ayant traité plusieurs questions de recherche, nous avons trouvé judicieux et conséquent de ne soumettre les questions (3^{ème}, 5^{ème}, 6^{ème}, 10^{ème} et 11^{ème} question) ainsi que les caractéristiques sociodémographiques des enquêtés (genres, âges, statuts matrimoniaux et expériences dans les domaines) à l'analyse bivariée. L'objectif était de tester les liens entre les groupes des variables supposées par les hypothèses de l'étude.

Ainsi, l'analyse statistique a permis de calculer les pourcentages, les moyennes, les écarts types et les variances. Pour y arriver, nous avons conçu une base des données 2en Excel et nous l'avons utilisé par le logiciel SPSS IBM v25.

4. Résultats

Il s'agit dans ce point d'aborder deux grands points. Le premier présente les résultats et le second discute les résultats. Deux types de résultats seront présentés à savoir les résultats de l'analyse univariée et les résultats de l'analyse bivariée.

4.1 Résultats de l'analyse univariée

Les résultats de l'analyse univariée sont des résultats issus des questions de notre questionnaire.

Question n°1 : Constatez-vous qu'il y a plusieurs petites et moyennes entreprises dans notre environnement ?

Tableau 4.1a : Existence des PME (N = 111)

Réponses	Ni	%	Statistiques
Oui	110	99,1	M : 1,01
Non	1	0,9	SD : ,095

Source : Enquête sur terrain.

Ce tableau présente les avis des enquêtes sur l'existence des ME à Kinshasa. 110 enquêtés, soit 99,1% affirment qu'ils existent des ME. Par contre, 1 enquêté, soit 0,9% donne l'avis contraire.

Tableau 4.1b : Activités économiques exercées (N = 111)

Activités économiques exercées	Oui		Non		Statistiques
	ni	%	ni	%	
Shop de télécommunication	95	85,6	16	14,4	M : 1,14 SD : ,353
Grande boutique	81	73	30	27	M : 1,27 SD : ,446
Magasin	65	58,6	46	41,4	M : 1,41 SD : ,495
Centre de formation	73	65,8	38	34,2	M : 1,34 SD : ,477
Restaurant	87	78,4	24	21,6	M : 1,22 SD : ,414
Alimentation	93	83,8	18	16,2	M : 1,16 SD : ,370
Terrasse	89	80,2	22	19,8	M : 1,20 SD : ,400
Superette	41	36,9	70	63,1	M : 1,63 SD : ,485

Exploitation de transport	57	51,4	54	48,6	M : 1,49 SD : ,502
Espace des jeux	69	62,2	42	37,8	M : 1,38 SD : ,487
Cyber café	72	64,9	39	35,1	M : 1,35 SD : ,480
Bureautique informatique	73	65,8	38	34,2	M : 1,34 SD : ,477
Garage ou maison de réparation des appareils électro-ménagers	60	54,1	51	45,9	M : 1,46 SD : ,501
Salon de coiffure	79	71,2	32	28,8	M : 1,31 SD : ,482

Source : Enquête sur terrain.

Ce tableau montre les activités réalisés par les entrepreneurs cibles suivantes : shop de télécommunication (85,6% des enquêtés ont adhéré, contre 14,4%) ; grande boutique (73% des enquêtés ont adhéré, contre 27%) ; magasin (58,6% des enquêtés ont adhéré, contre 41,4%) ; centre de formation (65,8% des enquêtés ont adhéré, contre 34,2%) ; restaurant (78,4% des enquêtés ont adhéré, contre 21,6%) ; alimentation (83,8% des enquêtés ont adhéré, contre 16,2%) ; terrasse (80,2% des enquêtés ont adhéré, contre 19,8%) ; superette (36,9% des enquêtés ont adhésés, contre 63,1%) ; exploitation de transport (51,4% des enquêtés ont adhéré, contre 48,6%) ; espace des jeux (62,2% des enquêtés ont adhéré, contre 37,8%) ; cyber café (64,9% des enquêtés ont adhéré, contre 325,1%) ; bureautique informatique (65,8% des enquêtés ont adhéré, contre 34,2%) ; garage ou maison de réparation des appareils électro-ménagers (54,1% des enquêtés ont adhéré, contre 45,9%) enfin salon de coiffure (71,2% des enquêtés ont adhéré, contre 28,8%).

Question n°2 : Quelles sont les activités économiques exploitées par votre petite et moyenne entreprise ?

Tableau 4.2 : Activités économiques exploitées par les ME (N = 111)

Activités économiques exploitées par les ME	ni	%
Pharmacies	15	15,5
Shop de télécommunications	11	9,9
Vente des produits divers	9	8,1
Mini boutique	7	6,3
Ecoles	6	5,4
Cyber café	5	4,5
Vente des téléphones	5	4,5
Terrasse	5	4,5
Salon de coiffures	5	4,5
Hôpital	5	4,5
Alimentations	4	3,6
Vente des habits en ligne	3	2,7
Ventes des produits fabriquer par moi-même8	3	2,7
Garages de réparation et entretien d'automobiles	3	2,7

Maison de couture	3	2,7
Vente de friperie	2	1,8
Grande boutiques	2	1,8
Restaurant	2	1,8
Vente des mèches	2	1,8
Fabrication des pains	1	0,9
Fabrication des produits de manag8e	1	0,9
Vente des tables, chaises	1	0,9
Vente des produits de la pâtisserie	1	0,9
Produits de première nécessité	1	0,9
Agence de la plomberie	1	0,9
Agence immobilier	1	0,9
Maison de la décoration	1	0,9
Vente de gâteaux et les pains au lait	1	0,9
Maison de peinture	1	0,9
Fabrication des insecticides et les parfums des maisons8	1	0,9
Magasin	1	0,9
Bureautique et centre de formation	1	0,9
Espace des jeux	1	0,9

Source : Enquête sur terrain.

Les résultats issus de ce tableau montrent les activités économiques réellement exercées par les ME de Kinshasa suivantes : pharmacies (15,5%) ; shop de télécommunications (11 9,9%) ; vente des produits divers (8,1%) ; mini boutique (6,3%) ; écoles (5,4%) ; cyber café (4,5%) ; vente des téléphones (4,5%) ; terrasse (4,5%) ; salon de coiffures (4,5%) ; hôpital (4,5%) ; alimentations (3,6%) ; vente des habits en ligne (2,7%) ; ventes des produits fabriquer par moi-même (2,7%) ; garages de réparation et entretien d'automobiles (2,7%) ; maison de couture (2,7%) ; vente de friperie (1,8%) ; grande boutiques (2 enquêtés, soit 1,8%) ; restaurant (1,8%) ; vente des mèches (1,8%) ; fabrication des pains (0,9%) ; fabrication des produits de manage (0,9%) ; vente des tables, chaises (0,9%) ; vente des produits de la pâtisserie (0,9%) ; les produits de première nécessité (0,9%) ; agence de la plomberie (0,9%) ; agence immobilier (0,9%) ; maison de la décoration (0,9%) ; vente de gâteaux et les pains au lait (0,9%) ; maison de peinture (0,9%) ; fabrication des insecticides et les parfums des maisons (0,9%) ; magasin (1 enquêté, soit 0,9%) ; bureautique et centre de formation (0,9%) et espace des jeux (0,9%).

Question n°3 : Qui vous a inspiré pour se lancer dans les affaires ?

Tableau 4.3 : Sources d'inspiration dans le lancement dans les affaires (N = 111)

Sources d'inspiration dans le lancement dans les affaires	ni	%	Statistiques
Je suis né dans une famille des hommes et femmes d'affaires	24	21,6	M : 2,71 SD : 1,524
J'ai vécu dans un environnement plein des hommes et femmes d'affaires	8	7,2	
J'ai toujours rêvé d'être le patron de mon affaire	45	40,5	
J'ai été inspiré par la formation reçue	32	28,8	
Autres sources (pour avoir la liberté financière)	2	1,8	

Source : Enquête sur terrain.

De par ce tableau, il se constate les différentes sources d'inspiration qui ont conduit nos enquêtés à ce lancé dans les affaires à savoir : je suis né dans une famille des hommes et femmes d'affaires (24 enquêtés, soit 21,6%) ; j'ai vécu dans un environnement plein des hommes et femmes d'affaires (8 enquêtés, soit 7,2%) ; j'ai toujours rêvé d'être le patron de mon affaire (45 enquêtés, soit 40,5%) ; j'ai été inspiré par la formation reçue (32 enquêtés, soit 28,8%) et source d'inspiration (pour avoir la liberté financière) (2 enquêtés, soit 1,8%).

Question n°4 : Quelles sont les raisons qui vous ont poussé de créer cette Petite et Moyenne Entreprise ?

Tableau 4.4 : Raisons de la création d'une PME

Raisons de la création d'une PME	ni	%
Crée sa propre entreprise	27	25
Chômage	23	21,3
Développement personnel	18	16,7
Avoir la liberté financière et poursuivre ses ambitions	17	15,7
Pas d'endroit où la population devrait trouver les articles	15	13,9
Demande de la clientèle	8	7,4

Déflation de N = 108.

Source : Enquête sur terrain.

Tout en signalant la déflation N, le tableau ci-haut montre que les enquêtés ont cité les raisons qui les ont poussés à créer leurs entreprises à Kinshasa. Parmi lesquels : crée sa propre entreprise (25%) ; chômage (21,3%)² ; développement personnel (16,7%) ; avoir la liberté financière et poursuivre ses ambitions (15,7%) ; pas d'endroit où la population devrait trouver les articles (13,9%) et demande de la clientèle (7,4%).

Question n°5 : Quelles sont les attitudes personnelles les plus remarquables en vous ?

Tableau 4.5 : Attitudes personnelles de l'entrepreneur (N = 111)

Attitudes personnelles de l'entrepreneur	Oui		Non		Statistiques
	ni	%	Ni	%	
Je crois que la réussite est le résultat des efforts et du travail non la chance	100	90,1	11	9,9	M : 1,10 SD : ,300
Je crois à l'indépendance et l'autonomie	92	82,9	19	17,1	M : 1,17 SD : ,378
Je crois à la prise de risque pour gagner la vie	94	84,7	17	15,3	M : 1,15 SD : ,362
Je crois avoir la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement	84	75,7	27	24,3	M : 1,24 SD : ,431
Je crois que la réussite dépend de travail dur sans arrêt	83	74,8	28	25,2	M : 1,25 SD : ,436
Je crois qu'il est possible de changer son revenu par l'affaire	88	79,3	23	20,7	M : 1,21 SD : ,407
Je crois que la réussite est fonction de l'innovation et	89	80,2	22	19,8	M : 1,20

la créativité					SD : ,400
Je crois à la rigueur et l'action pour réussir	91	82	208	18	M : 1,18 SD : ,386
Je crois que l'humilité est la clef de la réussite	99	89,2	12	10,8	M : 1,11 SD : ,312
Je crois en moi et ce que je fais	97	87,4	14	12,6	M : 1,13 SD : ,333
Je crois que la réussite est fonction de la vision d'un entrepreneur	84	75,7	27	24,3	M : 1,24 SD : ,431
M		82		18	

Source : Enquête sur terrain.

Ce tableau montre les activités réalisées par les entrepreneurs cibles. Les enquêtés ont affirmés ce qui suit : je crois que la réussite est le résultat des efforts et du travail non la chance (90,1% des enquêtés ont adhéré, contre 9,9%) ; je crois à l'indépendance et l'autonomie (82,9% des enquêtés ont adhéré, contre 17,1%) ; je crois à la prise de risque pour gagner la vie (84,7% des enquêtés ont adhéré, contre 15,3%) ; je crois avoir la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement (75,7% des enquêtés ont adhéré, contre 24,3%) ; je crois que la réussite dépend de travail dur sans arrêt (74,8% des enquêtés ont adhéré, contre 25,2%) ; je crois qu'il est possible de changer son revenu par l'affaire (79,3% des enquêtés ont adhéré, contre 20,7%) ; je crois que la réussite est fonction de l'innovation et la créativité (80,2% des enquêtés ont adhéré, contre 19,8%) ; je crois à la rigueur et l'action pour réussir (82% des enquêtés ont adhéré, contre 18%) ; je crois que l'humilité est la clef de la réussite (89,2% des enquêtés ont adhéré, contre 10,8%) ; je crois en moi et ce que je fais (87,4% des enquêtés ont adhéré, contre 12,6%) et je crois que la réussite est fonction de la vision d'un entrepreneur (75,7% des enquêtés ont adhérés, contre 24,3%).

Question n°6 : Parmi les traits de personnalités ci-dessous lequel vous ressemble le plus ?

Tableau 4.6 : Types de personnalité des entrepreneurs (N = 111)

Types de personnalité des entrepreneurs	ni	%	Statistiques
J'aime m'investir dans le travail manuel, le métier de l'agriculture, de l'industrie (Réaliste)	12	10,8	M : 3,39 SD : 1,343
J'aime réfléchir plus et analyser le risque avant de m'investir et travailler seules (Investigateur)	25	22,5	
J'aime entrer en contact avec les autres et leur rendre service (Social)	7	6,3	
J'aime planifier, organiser, diriger et prendre des risques, garder l'espoir de réussir (Entreprenant)	20	27,8	
J'aime l'ordre, le respect des règles et les activités de bureau ou d'administration (Conventionnel)	25	22,5	
Je préfère être indépendant, non conformiste, innovant (Artiste)	12	10,8	

Source : Enquête sur terrain.

De par ce tableau, il se constate les différents types de personnalité des entrepreneurs qui se résument à travers les déclarations suivantes : j'aime m'investir dans le travail manuel, le métier de l'agriculture, de l'industrie (12 enquêtés, soit 10,8%) ; j'aime réfléchir plus et analyser le risque avant de m'investir et travailler seules (25 enquêtés, soit 22,5%) ; j'aime entrer en contact avec les autres et leur rendre service (7 enquêtés, soit 6,3%) ; j'aime planifier, organiser, diriger et prendre des risques, garder l'espoir de réussir (20 enquêtés, soit 27,8%) ; je préfère être indépendant, non conformiste, innovant (12 enquêtés, soit 10,8%) et j'aime l'ordre, le respect des règles et les activités de bureau ou d'administration (25 enquêtés, soit 22,5%).

Question n°7 : Parmi ces affirmations, lesquelles correspondent mieux avec votre profil d'entrepreneur ?

Tableau 4.7 : Profil d'entrepreneurs des ME (N = 111)

Profil d'entrepreneurs	Oui		Non		Statistiques
	ni	%	ni	%	
Suis devenu entrepreneur car suis déterminé à développer mes affaires et multiplier mes profits et revenus (Développeur)	90	81,1	21	18,9	M : 1,19 SD : ,393
Suis devenu entrepreneur pour être patron de moi-même (Patron ou Indépendant)	87	78,4	24	21,6	M : 1,22 SD : ,414
Suis devenu entrepreneur pour créer des emplois et responsabiliser les autres (Créateur)	88	79,3	23	20,7	M : 1,21 SD : ,407
Suis créateur d'entreprise grâce à mes compétences dans ce domaine (Artisan)	80	72,1	31	27,9	M : 1,28 SD : ,451
Suis entrepreneur grâce à l'identification et exploitation des opportunités du marché (Opportuniste)	68	61,3	43	38,7	M : 1,39 SD : ,489
Suis devenu entrepreneur grâce au développement de mon réseau social et relation avec les partenaires (Social)	54	48,6	57	51,4	M : 1,51 SD : ,502
Suis devenu entrepreneur par l'innovation et la créativité de mon produit ou service dans le marché (Innovateur)	61	55	50	45	M : 1,45 SD : ,500
Suis devenu entrepreneur après la formation que j'avais réussi (Gestionnaire ou Manager)	66	59,5	45	40,5	M : 1,41 SD : ,493
M	66,9		33,1		

Source : Enquête sur terrain.

Ce tableau montre les profils d'entrepreneurs de Kinshasa. Les enquêtés ont affirmé ce qui suit : suis devenu entrepreneur car suis déterminé à développer mes affaires et multiplier mes profits et revenus (81,1% des enquêtés ont adhéré, contre 18,9%) ; suis devenu entrepreneur pour être patron de moi-même (78,4% des enquêtés ont adhéré, contre 21,6%) ; suis devenu entrepreneur pour créer des emplois et responsabiliser les autres (79,3% des enquêtés ont adhéré, contre 20,7%) ; suis créateur d'entreprise grâce à mes compétences dans ce domaine (72,1% des enquêtés ont adhéré, contre 27,9%) ; suis entrepreneur grâce à l'identification et exploitation des opportunités du marché (61,3% des enquêtés ont adhéré, contre 38,7%) ; suis devenu entrepreneur grâce au développement de mon réseau social et relation avec les partenaires (48,6% des enquêtés

ont adhéré, contre 51,4%) ; suis devenu entrepreneur par l'innovation et la créativité de mon produit ou service dans le marché (55% des enquêtés ont adhéré, contre 45%) et suis devenu entrepreneur après la formation que j'avais réussi (59,5% des enquêtés ont adhéré, contre 40,5%).

Question n°8 : Depuis le début de votre entreprise, quels sont les faits économiques que vous avez constatés ?

Tableau 4.8 : Faits économiques attestant la réussite de la ME (N = 111)

Faits économiques	Oui		Non		Statistiques
	Ni	%	ni	%	
Augmentation de la taille de vente	90	81,1	21	18,9	M : 1,19 SD : ,393
Augmentation de chiffre ou capital d'affaire	96	86,5	15	13,5	M : 1,14 SD : ,343
Réputation de notre entreprise	88	79,3	23	20,7	M : 1,21 SD : ,407
Bénéfices enregistrés par jour, par semaine et par mois	81	73	30	27	M : 1,27 SD : ,446
Augmentation de nombre des clients	90	81,1	21	18,9	M : 1,19 SD : ,393
Bonne santé financière	73	65,8	38	34,2	M : 1,34 SD : ,477
Augmentation de la part de vente dans le marché	84	75,7	27	24,3	M : 1,24 SD : ,431
M	77,5		22,5		

Source : Enquête sur terrain

Tableau montre les faits économiques constatent la réussite des ME selon par les entrepreneurs. Les enquêtés ont identifié les indicateurs suivants : augmentation de la taille de vente (81,1% des enquêtés ont adhéré, contre 18,9%) ; augmentation de chiffre ou capital d'affaire (86,5% des enquêtés ont adhéré, contre 13,5%) ; réputation de notre entreprise (79,3% des enquêtés ont adhéré, contre 20,7%) ; bénéfices enregistrés par jour, par semaine et par mois (73% des enquêtés ont adhéré, contre 27%) ; augmentation de nombre des clients (81,1% des enquêtés ont adhéré, contre 18,9%) ; bonne santé financière (65,8% des enquêtés ont adhéré, contre 34,2%) et augmentation de la part de vente dans le marché (75,7% des enquêtés ont adhéré, contre 24,3%).

Question n°9 : Qu'est ce qui a fait que vous puissiez réussir dans votre affaire ?

Tableau 4.9 : Raisons de la réussite dans les affaires

Raison de la réussite dans les affaires	Ni	%
La qualité des produits et services	27	25
Les stratégies de marketing pour attirer et fidéliser les clients	23	21,3
La rigueur et la persévérance	18	16,7
La rationalité dans la gestion financière	17	15,7

La maîtrise du domaine et du marché	15	13,9
La motivation personnelle	8	7,4

Déflation de N = 108

Source : Enquête sur terrain

Tout en signalant la déflation N, le tableau ci-haut montre que les enquêtés ont cité les raisons de la réussite dans les affaires qu'ils réalisent dans la commune de Makala. Parmi lesquelles : la qualité des produits et services (25%) ; les stratégies de marketing pour attirer et fidéliser les clients (21,3%) ; la rigueur et la persévérance (16,7%) ; la rationalité dans la gestion financière (15,7%) ; la maîtrise du domaine et du marché (13,9%) et la motivation personnelle (7,4%).

Question n°10 : Pensez-vous que la réussite d'une entreprise dépendant de son créateur ?

Tableau 4.10 : Relation entre profit de l'entrepreneur et réussite de ME (N = 111)

Relation entre le créateur de la ME et sa réussite	ni	%	Statistiques
Oui	95	85,6	M : 1,14
Non	16	14,4	SD : ,353

Source : Enquête sur terrain

Ce tableau présente les avis des enquêtes sur les liens qui existent entre le créateur de la ME et sa réussite. La majorité des enquêtés, (95 enquêtés, soit 85,6%) affirme qu'il existe une relation entre le créateur d'une ME et la réussite de cette dernière. Ils avancent comme justification « *s'il est courageux et pense à sa vision [...] s'il est artisan, son art lui réussira [...] s'il est compétent, l'entreprise réussira, mais s'il n'est pas fort, l'entreprise ira au déclin [...] il incarne la vision de son entreprise [...] il vise à la maximisation de son revenu [...] s'il atteint ses objectifs, s'il veille à garder sa clientèle [...] s'il est dynamique, il sera en mesure de faire réussir son entreprise [...] parce que, lorsque quelqu'un s'investit dans les affaires, son but est de réussir [...] car, si le créateur de l'entreprise est négligeant, il n'aura pas un bon rendement* ».

Par contre, 16 enquêtés, soit 14,4% attestent pour leurs parts qu'il n'existe aucune relation entre les créateurs et la réussite des ME. Ils se justifient en ce termes : « *parce qu'il peut lancer une activité et à un moment, il met un gestionnaire, si le gestionnaire n'incarne pas sa vision il échouera [...] mauvaise gestion du gestionnaire [...] les collaborations aussi contribue à la réussite d'une entreprise et non seulement le créateur [...] parce que si le créateur crée son entreprise et il responsabilise un idiot, comment la réussite sera à l'entreprise [...] mauvais gestionnaire place à la tête de l'entreprise [...] la réussite d'une entreprise dépend de la confiance que vous avez à Jehovah, et il est dit, toutes choses dépendent de lui [...] parce que la réussite de l'entreprise ne dépend pas de créateur, mais l'effort de tous, ce pour cela dans chaque entreprise on établit l'organigramme* ».

Question n°11 : Pensez-vous que la réussite d'une entreprise dépend des atouts de l'entrepreneur ?

Tableau 4.11 : Atouts des entrepreneurs influençant la réussite des ME (N = 111)

Atouts pour la réussite des PME	Oui		Non		Statistiques
	ni	%	ni	%	
Caractère de son créateur	82	73,9	29	26,1	M : 1,26 SD : ,441
Capacité entrepreneuriale de son créateur	92	82,9	19	17,1	M : 1,17 SD : ,378
Volonté et effort de son créateur	96	86,5	15	13,5	M : 1,14 SD : ,343
Compétences de son créateur	94	84,7	17	15,3	M : 1,15 SD : ,362
Intelligence de son créateur	85	76,6	26	23,4	M : 1,23 SD : ,425
Réalisme de son créateur	82	73,9	29	26,1	M : 1,26 SD : ,441
Investissement de son créateur	92	82,9	19	17,1	M : 1,17 SD : ,378
Créativité et imagination de son créateur	94	84,7	17	15,3	M : 1,15 SD : ,362
Savoir vivre et être de son créateur	94	84,7	17	15,3	M : 1,15 SD : ,362
M	81,2		18,8		

Source : Enquête sur terrain

Ce tableau illustre les atouts des entrepreneurs pour la réussite des ME de Kinshasa. Les enquêtés ont affirmé les atouts suivants : caractère de son créateur (73,9% des enquêtés ont adhéré, contre 26,1%) ; capacité entrepreneuriale de son créateur (82,9% des enquêtés ont adhéré, contre 17,1%) ; volonté et effort de son créateur (86,5% des enquêtés ont adhéré, contre 13,5%) ; compétences de son créateur (84,7% des enquêtés ont adhéré, contre 15,3%) ; intelligence de son créateur (76,6% des enquêtés ont adhéré, contre 23,4%) ; réalisme de son créateur (73,9% des enquêtés ont adhéré, contre 26,1%) ; investissement de son créateur (82,9% des enquêtés ont adhéré, contre 17,1%) ; créativité et imagination de son créateur (84,7% des enquêtés ont adhéré, contre 15,3%) et savoir vivre et être de son créateur (84,7% des enquêtés ont adhéré, contre 15,3%).

Question n°12 : Selon vous, quelles sont les raisons des échecs des ME de Kinshasa ?

Tableau 4.12 : Raisons de l'échec dans les affaires

Raison de l'échecs dans les affaires	ni	%
La mauvaise qualité des produits et services	27	25
Le manque des stratégies de marketing pour attirer et fidélisé les clients	23	21,3
L'absence de rigueur et de persévérance	18	16,7
L'irrationalité dans la gestion financière	17	15,7

La non maîtrise du domaine et du marché	15	13,9
La démotivation	8	7,4

Déflation de N = 108

Source : Enquête sur terrain

Tout en signalant la déflation N, le tableau ci-haut montre que les enquêtés ont identifié les raisons de l'échec des affaires suivantes : la mauvaise qualité des produits et services (25%) ; le manque des stratégies de marketing pour attirer et fidéliser les clients (21,3%) ; l'absence de rigueur et de persévérance (16,7%) ; l'irrationalité dans la gestion financière (15,7%) ; la non maîtrise du domaine et du marché (13,9%) et la démotivation (7,4%).

Question n°13 : Rencontrez-vous des difficultés dans votre affaire ?

Tableau 4.13 : Difficultés rencontrées par les entrepreneurs des ME (N = 111)

Difficultés rencontrées	ni	%	Statistiques
Oui	96	86,5	M : 1,14
Non	15	13,5	SD : ,343

Source : Enquête sur terrain.

Ce tableau présente les difficultés rencontrées par les entrepreneurs dans l'exercice de leurs activités. 96 enquêtés, soit 86,5% affirment qu'ils existent des difficultés dans l'exercice des activités économiques. Ils citent comme difficultés « faible pouvoir d'achat de la population [...] regroupement des mêmes activités économiques au mêmes endroits [...] la concurrence déloyale dans le marché [...] inflation du taux d'échange [...] mauvaises qualités d'énergies hydro-électrique [...] insécurité dans la commune (kuluna, vols, ...) [...] beaucoup des taxes [...] tracasserie de la part de l'autorité communale et provinciale [...] insuffisance des guichet pour les retraits de l'argent dans les distributeurs automatiques ».

Par contre, 15 enquêtés, soit 13,5% attestent pour leurs parts qu'il n'existe aucune difficulté dans l'exercice de leurs activités économiques.

Question n°14 : Quelles pistes de solution appliquez-vous pour faire face à vos difficultés ?

Tableau 4.14 : Pistes de solution face aux difficultés des entrepreneurs des ME

Pistes de solution	ni	%
Améliorer le pouvoir d'achat de la population	27	20,6
Diversifier les activités économiques dans le marché (esprit d'innovation)	23	17,6
Rendre la concurrence loyale dans le marché	18	13,7
Stabiliser le taux d'échange	17	13,0
Améliorer la qualité d'énergies hydro-électrique	15	11,5
Réduire l'insécurité dans la commune (kuluna, vols, ...)	13	9,9
Réduire les taxes	10	7,6
Réduire les tracasseries de la part de l'autorité communale et provinciale	6	4,6
Multiplier les guichets des banques pour les retraits de l'argent dans les distributeurs automatiques	2	1,5

Déflation de N = 131

Source : Enquête sur terrain.

Tout en signalant la déflation N, le tableau ci-haut montre les pistes de solution proposées par les enquêtés pour faire face aux difficultés rencontrées par les entrepreneurs. Ils proposent : améliorer le pouvoir d'achat de la population (20,6%) ; diversifier les activités économiques dans le marché (esprit d'innovation) (17,6%) ; rendre la concurrence loyale dans le marché (13,7%) ; stabiliser le taux d'échange (13%) ; améliorer la qualité d'énergies hydro-électrique (11,5%) ; réduire l'insécurité dans la commune (kuluna, vols, ...) (9,9%) ; réduire les taxes (7,6%) ; réduire les tracasseries de la part de l'autorité communale et provinciale (4,6%) et multiplier les guichets des banques pour les retraits de l'argent dans les distributeurs automatiques (1,5%).

4.2 Résultats de l'analyse bivariée

Les résultats de l'analyse bivariée concernant les corrélations des variables dépendantes et indépendantes.

Tableau 3.15 : Corrélation entre caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs et réussite des ME

Variabes	r	p-value (sign)
Genres	-,078	,418
Ages	-,052	,585
Statuts matrimoniaux	,438**	,000
Niveaux d'études	,633**	,003
Expériences dans les domaines	,410**	,005
Nationalités	,338**	,008
Statuts de l'entrepreneur avant la création	,133	,120
Confession religieuses	,410**	,001

** corrélation est significative au niveau de 0,052

*corrélation est significative au niveau de 0,01

Les résultats de ce tableau montrent les corrélations entre la réussite d'une PME et les caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs. En effet, les statuts matrimoniaux ($r = ,438^{**}$; $p = ,000$), les niveaux d'études ($r = ,633^{**}$; $p = ,003$), les nationalités ($r = ,338^{**}$; $p = ,008$), les confessions religieuses ($r = ,410^{**}$; $p = ,001$) et les expériences dans les domaines ($r = ,410^{**}$; $p = ,005$) ont des relations significatives et positives avec la réussite des PME.

Par ailleurs, les genres ($r = -,078$; $p = ,418$) ; les âges ($r = -,052$; $p = ,585$) et les statuts de l'entrepreneur avant la création ($r = ,133$; $p = ,120$) n'ont pas des relations significatives et positives avec la réussite des PME.

Tableau 3.16 : Corrélation entre réussite des PME et attitudes des entrepreneurs à la réussite

Variables	rho	p-value
Je crois que la réussite est le résultat des efforts et du travail non la chance	,426**	,000
Je crois à l'indépendance et l'autonomie	,570**	,000
Je crois à la prise de risque pour gagner la vie	,338**	,000
Je crois avoir la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement	,459**	,000
Je crois que la réussite dépend de travail dur sans arrêt	,203*	,033
Je crois qu'il est possible de changer son revenu par l'affaire	,317**	,001
Je crois que la réussite est fonction de l'innovation et la créativité	,526**	,000
Je crois à la rigueur et l'action pour réussir	,355**	,000
Je crois que l'humilité est la clef de la réussite	,290**	,002
Je crois en moi et ce que je fais	,392**	,000
Je crois que la réussite est fonction de la vision d'un entrepreneur	,291**	,002

** corrélation est significative au niveau de 0,05

*corrélation est significative au niveau de 0,01

Les résultats de ce tableau montrent les corrélations entre les attitudes des entrepreneurs à la réussite et la réussite de la ME. En effet, je crois que la réussite est le résultat des efforts et du travail non la chance ($r = ,426^{**}$; $p = ,000$) ; je crois à l'indépendance et l'autonomie ($r = ,570^{**}$; $p = ,000$) ; je crois à la prise de risque pour gagner la vie ($r = ,338^{**}$; $p = ,000$) ; je crois avoir la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement ($r = ,459^{**}$; $p = ,000$) ; je crois que la réussite dépend de travail dur sans arrêt ($r = ,203^{*}$; $p = ,033$) ; je crois qu'il est possible de changer son revenu par l'affaire ($r = ,317^{**}$; $p = ,001$) ; je crois que la réussite est fonction de l'innovation et la créativité ($r = ,526^{**}$; $p = ,000$) ; je crois à la rigueur et l'action pour réussir ($r = ,355^{**}$; $p = ,000$) ; je crois que l'humilité est la clef de la réussite ($r = ,290^{**}$; $p = ,002$) ; je crois en moi et ce que je fais ($r = ,392^{**}$; $p = ,000$) et je crois que la réussite est fonction de la vision d'un entrepreneur ($r = ,291^{**}$; $p = ,002$) ont des relations significatives et positives avec la réussite de la ME.

Tableau 3.17 : Corrélation entre relation entre types de personnalité et réussite des ME

Variables	Rho	p-value
J'aime m'investir dans le travail manuel, le métier de l'agriculture, de l'industrie (Réaliste)	,426**	,000
J'aime réfléchir plus et analyser le risque avant de m'investir et travailler seules (Investigateur)	,570**	,000
J'aime entrer en contact avec les autres et leur rendre service (social)	,338**	,000
J'aime planifier, organiser, diriger et prendre des risques, garder l'espoir de réussir (Entreprenant)	,459**	,000
J'aime l'ordre, le respect des règles et les activités de bureau ou d'administration (Conventionnel)	,203*	,033
Je préfère être indépendant, non conformiste, innovant (Artiste)	,317**	,001

** corrélation est significative au niveau de 0,05

*corrélation est significative au niveau de 0,01

Les résultats de ce tableau montrent les corrélations entre les types de personnalité et la réussite des ME. En effet, j'aime m'investir dans le travail manuel, le métier de l'agriculture, de l'industrie (Réaliste) ($r = ,426^{**}$; $p = ,000$) ; j'aime réfléchir plus et analyser le risque avant de m'investir et travailler seules (Investigateur) ($r = ,570^{**}$; $p = ,000$) ; j'aime entrer en contact avec les autres et leur rendre service (Social) ($r = ,338^{**}$; $p = ,000$) ; j'aime planifier, organiser, diriger et prendre des risques, garder l'espoir de réussir (entrepreneur) ($r = ,459^{**}$; $p = ,000$) ; j'aime l'ordre, le respect des règles et les activités de bureau ou d'administration (Conventionnel) ($r = ,203^*$; $p = ,033$) et je préfère être indépendant, non conformiste, innovant (artiste) ($r = ,317^{**}$; $p = ,001$) ont des relations significatives et positives avec la réussite des ME.

Tableau 3.18 : Corrélation entre profil d'entrepreneurs et réussite de la ME

Variabes	Rho	p-value (sign)
Suis devenu entrepreneur car suis déterminé à développer mes affaires et multiplier mes profits et revenus (Développeur)	,426**	,000
Suis devenu entrepreneur pour être patron de moi-même (Patron ou Indépendant)	,570**	,000
Suis devenu entrepreneur pour créer des emplois et responsabiliser les autres (Créateur)	,338**	,000
Suis créateur d'entreprise grâce à mes compétences dans ce domaine (Artisan)	,459**	,000
Suis entrepreneur grâce à l'identification et exploitation des opportunités du marché (Opportuniste)	,203*	,033
Suis devenu entrepreneur grâce au développement de mon réseau social et relation avec les partenaires (Social)	,317**	,001
Suis devenu entrepreneur par l'innovation et la créativité de mon produit ou service dans le marché (Innovateur)	,526**	,000
Suis devenu entrepreneur après la formation que j'avais réussi (Gestionnaire ou Manager)	,355**	,000

** corrélation est significative au niveau de 0,05

*corrélation est significative au niveau de 0,01

Les résultats de ce tableau montrent les corrélations entre les profils d'entrepreneur et la réussite de la ME. En effet, je suis devenu entrepreneur car suis déterminé à développer mes affaires et multiplier mes profits et revenus (développeur) ($r = ,426^{**}$; $p = ,000$) ; je suis devenu entrepreneur pour être patron de moi-même (patron ou indépendant) ($r = ,570^{**}$; $p = ,000$) ; je suis devenu entrepreneur pour créer des emplois et responsabiliser les autres (créateur) ($r = ,338^{**}$; $p = ,000$) ; je suis créateur d'entreprise grâce à mes compétences dans ce domaine (artisan) ($r = ,459^{**}$; $p = ,000$) ; je suis entrepreneur grâce à l'identification et exploitation des opportunités du marché (Opportuniste) ($r = ,203^*$; $p = ,033$) ; je suis devenu entrepreneur grâce au développement de mon réseau social et relation avec les partenaires (Social) ($r = ,317^{**}$; $p = ,001$) ; je suis devenu entrepreneur par l'innovation et la créativité de mon produit ou service dans le marché (Innovateur) ($r = ,526^{**}$; $p = ,000$) et je suis devenu entrepreneur après la formation que j'avais réussi (Gestionnaire ou

manager) ($r = ,355^{**}$; $p = ,000$) ont des relations significatives et positives avec la réussite des PME.

Tableau 3.19 : Corrélation entre qualités de l'entrepreneur et réussite des ME

Variables	rho	p-value
Caractère de son créateur	,513**	,000
Capacité entrepreneuriale de son créateur	,274**	,004
Volonté et effort de son créateur	,310**	,001
Compétences de son créateur	,344**	,000
Intelligence de son créateur	,415**	,000
Réalisme de son créateur	,446**	,000
Investissement de son créateur	,329**	,000
Créativité et imagination de son créateur	,404**	,000
Savoir vivre et être de son créateur	,305**	,001

** corrélation est significative au niveau de 0,05

*corrélation est significative au niveau de 0,01

Les résultats de ce tableau montrent les corrélations entre les qualités de l'entrepreneur et la réussite des ME. En effet, caractère de son créateur ($r = ,513^{**}$; $p = ,000$) ; capacité entrepreneuriale de son créateur ($r = ,274^{**}$; $p = ,004$) ; volonté et effort de son créateur ($r = ,310^{**}$; $p = ,001$) ; compétences de son créateur ($r = ,344^{**}$; $p = ,000$) ; intelligence de son créateur ($r = ,415^{**}$; $p = ,000$) ; réalisme de son créateur ($r = ,446^{**}$; $p = ,000$) ; investissement de son créateur ($r = ,329^{**}$; $p = ,000$) ; créativité et imagination de son créateur ($r = ,404^{**}$; $p = ,000$) et savoir vivre et être de son créateur ($r = ,305^{**}$; $p = ,001$) ont des relations significatives et positives avec la réussite de la PME.

5. Discussion des résultats

L'étude met l'accent sur la personnalité et ses effets sur la réussite des PME. Sur ce, l'enquête a produit des résultats que nous discutons à la lumière des hypothèses et des objectifs. L'objectif général de l'étude est d'expliquer la personnalité de l'entrepreneur et son impact sur la réussite des ME de Kinshasa.

Après analyse des données, les résultats ont démontré que du point de vue personnalité, les entrepreneurs des ME de Kinshasa ont diverses caractéristiques sociodémographiques. Cependant, les statuts matrimoniaux, les niveaux d'études, les expériences professionnelles, les nationalités et les confessions religieuses ont des incidences sur la réussite des PME. A ce sujet, Dahlqvist *et al.*, (2000) affirment que le capital humain est une condition indispensable pour assurer la réussite de l'entrepreneur. Il existe un lien fort entre le niveau d'études de l'entrepreneur et la qualité de gestion de l'entreprise. D'ailleurs, le fait d'avoir un diplôme supérieur influe positivement sur la pérennité de l'entreprise. Les formations en entrepreneuriat permettent aussi aux entrepreneurs de savoir comment détecter et saisir les opportunités d'affaires offertes par l'environnement (Bosma *et al.*, 2009). En ce sens, Hamilton (2000) a montré que les entrepreneurs ayant suivi des études supérieures réalisent des bénéfices plus élevés que

ceux n'ayant pas bénéficié d'une formation supérieure. De même, Indarti et Langenverg (2008) ont étudié et confirmé la relation positive entre l'éducation et la réussite entrepreneuriale.

Les entrepreneurs cibles ont des aptitudes vers l'effort et le travail, l'indépendance et l'autonomie, le risque, les nouveaux défis et la gestion du changement, dépendance au travail sans relâche, le désir de changer son revenu, l'innovation et la créativité, la rigueur et l'action, l'humilité, l'estime de soi et la vision. Selon Shaver et Scott (1991, cité par Pillis et Readon, 2007) les aptitudes des entrepreneurs sont des prédicteurs de l'entrepreneuriat et expliquent en grande partie la réussite entrepreneuriale des entrepreneurs. Par ailleurs, Luboya et Musolongo (2021) ont résumé les aptitudes des entrepreneurs prédicteur de la réussite tels que (i) l'attitude envers le destin ; (ii) l'attitude envers l'indépendance ; (iii) l'attitude envers le risque ; (iv) l'attitude envers la tolérance à l'ambiguïté ; (v) l'attitude envers le travail ; (vi) l'attitude envers le revenu ; (vii) l'attitude envers l'innovation ; (viii) l'attitude vers la créativité ; (ix) l'attitude vers la rigueur et le pragmatisme et (x) l'attitude vers l'humilité. Dans ce sens, Shepherd et Douglas (1997), ont aussi évoqué les aptitudes des entrepreneurs suivants : l'attitude envers l'indépendance, l'attitude envers le risque financier, l'attitude envers le revenu et l'attitude envers le travail.

L'étude a aussi identifié les qualités de l'entrepreneur ayant des relations positives et significatives avec la réussite des ME telles que le caractère ; la capacité ; la volonté et effort ; les compétences ; l'intelligence ; le réalisme ; l'investissement ; la créativité et l'imagination et le savoir vivre et être des entrepreneurs des PME. Ces qualités ont été identifiés par plusieurs auteurs et études (Chandler et Jansen, 1992 ; Copain, 2003). Par ailleurs, plusieurs typologies ont été proposées (typologie de Schumpeter, typologie de Fayolle, typologie de Léotowski, typologie de Fauchart et Gruber et typologie de Hernandez et Marco). Luboya et Musolongo (2021) ont fourni une typologie synthèse de 9 profils d'entrepreneurs à savoir développeur, indépendant, créateur, artisan, opportuniste, social, innovateur et gestionnaire ou manager. Cette typologie a été soumise à l'étude. Les résultats ont montré que les entrepreneurs de Kinshasa se classent plus dans le profil de développeur, indépendant, créateur, artisan, opportuniste et manager que d'autres. Les caractéristiques socio-démographiques et professionnelles, les aptitudes et qualités, le profil des entrepreneurs de Kinshasa ont des incidences significatives et positives avec la réussite de leurs PME. Cette réussite s'explique par le constat de l'augmentation de la taille de vente, de la part de vente dans le marché, de nombre des clients, des chiffres d'affaire, de la réputation, des bénéfices de chaque jour, semaine, mois et de la bonne santé financière. Les critères de réussite ont été agréés dans la définition de la réussite d'une entreprise de plusieurs auteurs (Blackburn *et al.*, 2013). Sur ce, les résultats des tableaux 4.7 et 4.18 ont confirmé la première hypothèse.

Outre cet objectif général, l'étude tente de décrire la personnalité dominante chez les entrepreneurs des ME de Kinshasa. Il ressort de nos résultats le constat selon lequel les entrepreneurs des ME de Kinshasa affichent plus les personnalités investigatrices, entreprenantes et conventionnelles que réalistes, artistes et sociales. Ces personnalités sont décrites par Holland (1960), comme les plus fréquentes dans le monde professionnel

et d'affaire. Ils ne se classent pas parmi les socialistes car leurs visés sont plus lucratifs que philanthropique. Ils sont, en outre, moins innovant par rapport aux produits ou services commercialisés. Par ailleurs, les résultats des tableaux 3.6 et 3.17 ont confirmé la deuxième hypothèse.

En outre, l'étude a essayé d'identifier les défis qui bloquent les entrepreneurs des ME de Kinshasa de réussir. Il apparaît dans nos résultats le constat selon lequel les entrepreneurs cibles font face à plusieurs défis. Il s'agit entre autres des défis liés à la qualité des produits ou services, au marketing, à la gestion financière, au pouvoir d'achat de la population, à la concurrence, à l'inflation du taux d'échange, à l'accès à l'énergie hydro-électrique, à l'insécurité, aux taxes et à la tracasserie de l'autorité communale et provinciale et au financement. Les résultats du tableau 4.13 ont confirmé la troisième hypothèse.

6. Conclusion et recommandations

Les études discutant les traits de personnalité des entrepreneurs ont soulevé la piste de recherche consistant à chercher les liens entre les éléments de la personnalité des créateurs ou gestionnaires et la réussite des organisations.

Voulant expliquer la personnalité de l'entrepreneur et son impact sur la réussite des microentreprises de Kinshasa, l'étude a soulevé les trois questions, défini trois objectifs et soutenu trois hypothèses.

L'approche qualitative avec la méthode d'enquête a permis de collecter les données en utilisant le questionnaire et l'entretien dans un échantillon non probabiliste du type occasionnel de 210 entrepreneurs des ME de Kinshasa avec une mortalité estimée à 47,1%. Cet échantillon a été réduit à 111 entrepreneurs des ME. Les collectées, ont été analysées par l'analyse de contenu et l'analyse statistique univariée et bivariée.

Les résultats ont confirmé les hypothèses de l'étude car du point de vue personnalité, les entrepreneurs des ME de Kinshasa ont des personnalités constituées des caractéristiques sociodémographiques telles que les statuts matrimoniaux ($r = ,438^{**}$; $p = ,000$), les niveaux d'études ($r = ,633^{**}$; $p = ,003$), les nationalités ($r = ,338^{**}$; $p = ,008$), les confessions religieuses ($r = ,410^{**}$; $p = ,001$) et les expériences dans les domaines ($r = ,410^{**}$; $p = ,005$) ; des attitudes personnelles (82% en moyenne) telles que les efforts et du travail (90,1% ; $r = ,426^{**}$; $p = ,000$) ; l'indépendance et l'autonomie (82,9% ; $r = ,570^{**}$; $p = ,000$) ; la prise de risque pour gagner la vie (84,7% ; $r = ,338^{**}$; $p = ,000$) ; la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement (75,7% ; $r = ,459^{**}$; $p = ,000$) ; la dépendance de travail dur sans arrêt (74,8% ; $r = ,203^{*}$; $p = ,033$) ; le désir de changer son revenu par l'affaire (79,3% ; $r = ,317^{**}$; $p = ,001$) ; l'innovation et la créativité (80,2% ; $r = ,526^{**}$; $p = ,000$) ; la rigueur et l'action (82% ; $r = ,355^{**}$; $p = ,000$) ; l'humilité (89,2% ; $r = ,290^{**}$; $p = ,002$) ; l'estime et confiance en soi (87,4% ; $r = ,392^{**}$; $p = ,000$) et la vision (75,7% ; $r = ,291^{**}$; $p = ,002$) et des atouts et qualités tels que les caractère (73,9% ; $r = ,513^{**}$; $p = ,000$) ; la capacité entrepreneuriale (82,9% ; $r = ,274^{**}$; $p = ,004$) ; la volonté et effort (86,5% ; $r = ,310^{**}$; $p = ,001$) ; les compétences (84,7% ; $r = ,344^{**}$; $p = ,000$) ; l'intelligence (76,6% ; $r =$

,415** ; $p = ,000$) ; le réalisme (73,9% ; $r = ,446^{**}$; $p = ,000$) ; l'investissement (82,9% ; $r = ,329^{**}$; $p = ,000$) ; la créativité et l'imagination (84,7% ; $r = ,404^{**}$; $p = ,000$) et le savoir vivre et être (84,7% ; $r = ,305^{**}$; $p = ,001$). En outre, les entrepreneurs affichent divers profils entrepreneuriaux (66,9% en moyenne) tels que les développeurs (81,1% ; $r = ,426^{**}$; $p = ,000$) ; patron ou indépendant (78,4% ; $r = ,570^{**}$; $p = ,000$) ; créateur (79,3% ; $r = ,338^{**}$; $p = ,000$) ; artisan (72,1% ; $r = ,459^{**}$; $p = ,000$) ; opportuniste (61,3% ; $r = ,203^*$; $p = ,033$) ; social (48,6% ; $r = ,317^{**}$; $p = ,001$) ; innovateur (55% ; $r = ,526^{**}$; $p = ,000$) et gestionnaire ou manager (59,5% ; $r = ,355^{**}$; $p = ,000$). Ces entrepreneurs sont plus des personnalités réaliste (10,8% ; $r = ,426^{**}$; $p = ,000$) ; investigateur (22,5% ; $r = ,570^{**}$; $p = ,000$) ; social (6,3% ; $r = ,338^{**}$; $p = ,000$) ; entreprenant (27,8% ; $r = ,459^{**}$; $p = ,000$) ; conventionnel (22,5% ; $r = ,203^*$; $p = ,033$) et artiste (10,8% ; $r = ,317^{**}$; $p = ,001$).

En effet, ces éléments de la personnalité des entrepreneurs contribuent significativement et positivement à la réussite de leurs ME dans la mesure où ces entreprises ont connu l'augmentation de la taille de vente (81,1%), de la part de vente dans le marché (75,7%), de nombre des clients (81,1%), de chiffre ou capital d'affaire (86,5%), de la réputation (79,3%), des bénéfices enregistrés par jour, par semaine et par mois (73%) ainsi que la bonne santé financière (65,8%).

Les entrepreneurs des ME de Kinshasa font face à plusieurs défis (86,5%), notamment les défis liés à la qualité des produits ou services, au marketing, à la gestion financière, au pouvoir d'achat de la population, à la concurrence, à l'inflation du taux d'échange, à l'accès à l'énergie hydro-électrique, à l'insécurité, aux taxes et à la tracasserie de l'autorité communale et provinciale et au financement.

Par ailleurs, l'étude donne des recommandations suivantes :

A. A l'Etat

- D'améliorer le pouvoir d'achat de la population ;
- De rendre la concurrence loyale dans le marché ;
- De stabiliser le taux d'échange ;
- D'améliorer la qualité d'énergies hydro-électrique ;
- De réduire l'insécurité dans la commune (kuluna, vols, ...) ;
- De réduire les taxes ;
- De réduire les tracasseries de la part de l'autorité communale et provinciale ;
- De multiplier les guichets pour les retraits de l'argent dans les distributeurs automatiques.

B. Aux entrepreneurs

- De diversifier les activités économiques dans le marché (esprit d'innovation) ;
- D'augmenter leurs motivations par l'esprit entrepreneurial et économique.

Les œuvres humaines ne sont pas parfaites. La faiblesse de cette étude travail est qu'elle n'a pas eu à cibler tous les aspects de la typologie de personnalité ou de profil des entrepreneurs. L'étude ne peut pas tenter la généralisation de ses résultats dans toutes les communes de la Ville de Kinshasa. Car cet échantillon ne permet pas une quelconque

tentative de généralisation des résultats dans la ville de Kinshasa. Par ailleurs, la personnalité des entrepreneurs n'est pas mesurée par un test plutôt par les opinions personnelles. Néanmoins, l'étude a mis l'accent sur les profils entrepreneuriaux.

Déclaration de conflit d'intérêts

Les auteurs déclarent n'avoir aucun conflit d'intérêts.

About the Authors

Jean-Pierre Madapo Mayele est gradué et licencié en psychologie à l'Université de Kinshasa en RDC. Il est assistant attaché à la Faculté de Sciences sociales, politiques et administratives. et Il s'intéresse à la psychologie, plus précisément l'ethnopsychologie.

Richard-Dieubeni Diantete Miekutuala est sous-directeur à l'Agence pour la Promotion de l'Entrepreneuriat des Classes Moyennes et Chef d'Antenne du Ministère du Plan/Kinshasa. Il est gradué en Orientation scolaire et professionnelle de l'Université Pédagogique Nationale (UPN) et licencié en Travail social à l'Institut Supérieur du Travail Social et une licence spécial en Gestion et Administration des Institutions Scolaires et de Formation de l'UPN. Il exerce aussi la fonction de Directeur administratif des entreprises du Groupe Mike et Expert au Cabinet du Ministère provincial du Plan de la Ville province de Kinshasa.

Luboya Tshiunza Corneille est PhD en économie et management de l'éducation de Central China Normal University. Il est Professeur à l'Université Pédagogique Nationale à Kinshasa et dans d'autres universités et instituts supérieurs de la République Démocratique du Congo. Il fait des recherches et enseigne l'économie, le management, le leadership, la gouvernance, la planification de l'éducation, le marketing, l'entrepreneuriat. Luboya a dans son actif plusieurs ouvrages et articles scientifiques.

Références

- Acs, Z. J. (2010). Entrepreneurship and Economic Development: The Valley of Backwardness. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 1, 5641.
- Ahmad, N., & Hoffman, A. (2007). A framework for addressing and measuring entrepreneurship. In Proceedings of the 2007 International Council for Small Business World Conference (pp. 1-22).
- Albagli, C. (1995). *L'innovation socio culturelle comme stimulant entrepreneurial*. Paris: PUF.
- Aldrich, H. and Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship through social networks*, in D. L. Sexton and R. W. Smilor (eds). *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger.
- Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/291165757_Entrepreneurship_Through_Social_Networks
- Allport, G. W. (1927). Concepts of Trait and Personality. *Psychological Bulletin*, 24(5), p.284-293

- Audretsch, D. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford University Press. Retrieved from <https://global.oup.com/academic/product/the-entrepreneurial-society-9780195183504>
- Ayidi, G. (2010). Réseaux sociaux personnels, capital social et création d'entreprises : facteurs de structuration et effets sur la performance, Thèse de doctorat, Tunis : Sfax.
- Banque mondiale. (2021). MSME Finance Gap: Assessment of the shortfalls and opportunities in financing micro, small and medium enterprises.
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory, *The American Economic Review*, n° 58, p.64-71.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. *Advances in Experimental Social Psychology* (6), 1-62. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60024-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60024-6)
- Bienmans, W. G. (1991). *Managing innovation within networks*. Groningen: Ed. La patrie. Retrieved from <https://www.routledge.com/Managing-Innovation-Within-Networks/Biemans/p/book/9781138574137?srsId=AfmBOooTnz-aaIyB-E5CjI8uYEk6NY2La-IDCJ6lZAIZPIZQ0Es6fXq>
- Blackburn, R. A., Hart, M., & Wainwright, T. (2013). Small Business Performance: Business, Strategy and Owner-Manager Characteristics. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), p.8-27.
- Blawatt, K. (1992). Defining the entrepreneur: a conceptual model of entrepreneurship, CCPME, 12ème conférence.
- Blawatt, K. (1995). Defining the entrepreneurs : a conceptual model of entrepreneurship, Actes du 12e colloque annuel du CCPME (Conseil canadien de la PME et de l'entrepreneuriat), Thunder Bay, Ontario, octobre, p.13-37.
- Boissin, J., Chollet B., and Emin, S. (2008). Le faible le attrait des étudiants pour la création d'entreprise : indications pour l'action, XIV^{ème} conférence de L'AIMS, Juin, Angers.
- Bosma N., Acs Z., Autio E., Coduras A., Levie J. (2009). Global Entrepreneurship Monitor, 2008 Executive Report, Babson College and Universidad del Desarrollo.
- Bouquin H. (1977). Les grands auteurs en contrôle de gestion. Paris : Editions EMS.
- Bourguiba, M. (2007). De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes, Thèse de doctorat, Nancy : Université Nancy.
- Brockhaus R. (1980). The Effect of Job Dissatisfaction on the Decision to Start a Business, *Journal of Small Business Management*, Vol. 18, p.37-43.
- Brockhaus, R.H. (1980) Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23, p.509-520.
- Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of the entrepreneur, in *Encyclopedia of entrepreneurship*, Kent, C.A., D.L. Sexton et K.H. Vesper (Eds.), Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, p.39-56.
- Bruno, A. V. and Tyebjee, T. T. (1982). The environments of entrepreneurship in Kent, C. A., Sexton, D. L. and Vesper, K. H. (1982). *Encyclopedia of entrepreneurship*.

- Englewood Cliffs Prentice Hall. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1496225
- Bryat, C. (1993). *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*. Thèse pour le Doctorat, Paris : Université Paris Mendes, France (Grenoble II). Retrieved from <https://theses.hal.science/tel-00011924>
- Bygrave, W, & Minniti, M. (2000). The Social Dynamics of Entrepreneurship, *Theory and Practice*, 24(3), 25-36. <https://doi.org/10.1177/104225870002400302>
- Bygrave, W. D & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 6 (2), 13-22. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/104225879201600203>
- Cardieux, L. and Lorrain, J. (2002). Le processus de la succession dans les entreprises familiales : une problématique comportant des défis estimables pour les chercheurs, 6ème congrès international francophone sur la PME- octobre- HEC – Montréal.
- Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. (1988). Who is an entrepreneur ? Is a question worth asking. *American Journal of Small Business*, 12, p.33-39.
- Carsrud A., Brannback M. (2011). Entrepreneurial Motivations : What Do We Still Need to Know ? *Journal of Small Business Management*, Vol. 49, n° 1, p.9-26.
- Carsud, A. L. et Johnson R. W. (1987). Entrepreneurship: A social psychological perspective, *Entrepreneurship and regional development*, 1(1), pp. 21-31. <https://doi.org/10.1080/089856289000000003>
- Carswell, P., and Rolland, D. (2004). The role of religion in entrepreneurship participation and perception, *Entrepreneurship Participation and Small Business*, vol. 1 no. 314. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ids/jjesbu/v1y2004i3-4p280-286.html>
- Chellys, A. (2007). Le rôle des connaissances et expériences des entrepreneurs dans l'indentification d'opportunités entrepreneuriales, in actes du 5ème congrès international de l'académie de l'entrepreneuriat, 4 et 5 octobre 2007, Sherbrooke.
- Chrisman, J.J., Bauerschmidt, A. et Hofer, C.W. (1999). The determinants of new venture performance : an extended model, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 22, no 1, p.5-29.
- Collerette, P. & Aubry, P. G. (1988). *Femmes et hommes d'affaires : qui êtes-vous ?* Montréal : Agence D'Arc.
- Collin, L. O. & Moore, D. (1964). *The organization worker: a behavioral study of independent entrepreneurs*. New York: Appleton Century Crofts. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2776205>
- Cooper, A. and Dunkelberg, W. C. (1981-1982). A new look at business entry: experiences of 1805 entrepreneurs, *Frontiers of entrepreneurship research*, 1-20.
- Dahlqvist, J., Davidsson, P., Wiklund, J. (2000). Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper et al. study, *Enterprise & Innovation Management Studies*, vol. 1, n° 1, p.1-17.

- Danjou I. (2000). L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité. Cahier de recherche du CDEE, Centre de Développement des Entreprises et de l'Entrepreneuriat, avril 2000, ESC Lille.
- Decarlo, J. E. and Lyons, P. R. A. (1979). Comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs. *Journal of Small business management* 6(3). <https://doi.org/10.5465/ambpp.1979.4977629>
- Dictionnaire Farlex, (2003-2022). Copy right Farlex, inc. Blackburn, R.A., Hart, M., & Wainwright, T. (2013). Small business performance: Business, strategy and owner-manager characteristics. *Journal of small business and enterprise development* 4(1).
- Diop, P. M. (2011-2012). La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone. Thèse de doctorat, Paris : Université Paris XI. Retrieved from [https://theses.hal.science/tel-00764110v1/file/M. - DIOP-ThA_se.pdf](https://theses.hal.science/tel-00764110v1/file/M._-DIOP-ThA_se.pdf)
- Drucker, P. (1964). *Les entrepreneurs*, Paris : Hachette.
- Eniala, A. A. ((2014). The role of SME firm performance in Nigeria. *Oman chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, vol. 3, n. 12. <http://dx.doi.org/10.12816/0016552>
- Fauchart. E et Gruber M (2011). The Role of Founder Identity in Entrepreneurship. *Academy of Management Journal* 4(6). Retrieved from <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0211>
- Fayolle, A. (2003). Quelques idées et suggestions pour étudier le processus entrepreneurial, *Revue des sciences de gestion, Direction et gestion*, 200. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1051/larsg:2003004>
- Fayolle, A. (2003a). Instiller l'esprit d'entreprendre dans les grandes entreprises et les organisations, *Gérer et comprendre* 3(2), 26-39. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/337887059_Instiller_l'esprit_d'entreprendre_dans_les_grandes_entreprises_et_les_organisations_auto-administration_d'une_potion_magique_ou_d'un_bouillon_de_culture
- Fayolle, A. (2003b). *Le métier de créateurs d'entreprises. Motivations, parcours et facteurs clés de succès*, Paris : Editions d'organisation. Retrieved from <https://www.eyrolles.com/Entreprise/Livre/le-metier-de-createur-d-entreprise-9782708128262/>
- Fayolle, A. (2012). *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre*, Paris : Dundletowski. Retrieved from <https://bibliotheque.tbs-education.fr/Default/doc/SYRACUSE/33346/entrepreneuriat-apprendre-a-entreprendre-alain-fayolle?lg=fr-FR>
- Filion, L. J. (1997). *Le métier d'entrepreneur*. Montréal : Écoles des Hautes Études Commerciales. Retrieved from https://books.google.ro/books/about/Le_m%C3%A9tier_d_entrepreneur.html?id=th1yNAEACAAJ&redir_esc=y
- Filion, L. J. (1988). *The Strategy of Successful Entrepreneurs in Small Business : Vision, Relationships and Anticipatory Learning*, Thèse de doctorat, University de Lancaster, Grande-Bretagne (UMI 8919064) [Tome 1, 695 p. ; Tome 2, 665 p.].

- Gardon, W. A. (1927). Concept of trait and personality. *Journal, of managerial psychology*, Issue 3. Retrieved from https://media.thuze.com/MediaService/MediaService.svc/constellation/book/AU_PSY330.12.2/%7Bpdfs%7Dch_8_concepts_of_trait_and_personality_allport.pdf
- Gartner, W.B. (1989). Who is an entrepreneur ? is the wrong question, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, n° 4, p.47-67.
- Gartner, W.B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship ?, *Journal of Business Venturing*, vol. 5, n° 1, p.15-29.
- Gartner, W.B. et al. (1988). Who is an entrepreneur? is the wrong question, *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, p.11-39.
- Gasse, Y. (1978). *Characteristics, Functions and Performance of Small Firms : Owner-managers in Two Industrial Environments* (2 volumes), Thèse de doctorat, Northwestern University, Evanston 111., University Microfilm International, n°79-3265.
- Gasse, Y. et Amors, A. (2000). *Profession : entrepreneur : avez-vous le profil de l'emploi ?*, Montréal : les Editions transcontinental et la fondation de entrepreneurship.
- GEM (2011). *L'entrepreneuriat au Québec en 2011*, Québec : GEM.
- Glueck, W.F. (1977). *Management*, Hinsdale, 111., The Dryden Press.
- Greenberger, D. B. and Setxton, D. L. (1988). An interactive model of new venture initiation, *Journal of small business management*, 7, 1-7. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/An-Interactive-Model-of-New-Venture-Initiation-Greenberger-Sexton/6056cf5220359a5e424abbe3c09e50c135871457>
- Guraly. Y. and Atson, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students, some insights for entrepreneurship education and training in Turkey, *Education + training*, 48, 25-39. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/00400910610645716>
- Hamilton, B. H. (2000). Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*, 108(3), 604-631.
- Hemingway, E. (1936). *The Green Hills of Africa*. Charles Scribner's Sons.
- Hernandez, E. M. (1999). *Le processus entrepreneurial. Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris : L'harmattan. Retrieved from https://www.editions-harmattan.fr/catalogue/livre/le-processus-entrepreneurial/66497?srsId=AfmBOoqK12mZvH3hn7OIIKB1QI6PqQqAzUxXI IHUSnoCO_0k1PADtDKj
- Hernandez, E. M. and Marco, L. (2006). *Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte*, Paris : Editions ESKA. Retrieved from <https://www.proquest.com/docview/214058560?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Magazines>
- Herron, L. & Robinson, R. B. Jr. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, 8, 281-294. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90032-Z](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90032-Z)
- Hian, C. K. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong MBA students. Retrieved from <https://www.deepdyve.com/lp/emerald->

[publishing/testing-hypotheses-of-entrepreneurial-characteristics-a-study-of-hong-hl7CIRhZ3p](#)

- Hisrich, R. D. & Baush, C. G. (1985). *Women entrepreneurs*. Lexington Brooks
- Ho, T. S. and Koh, H. C. (1992). Difference in psychological characteristics between entrepreneurially inclined and non-entrepreneurially inclined accounting graduates. *Singapore entrepreneurship, innovation and change: An international journal*, 1(2), 243-254.
- Hofer, C. W. & Sandberg, W. R. (1987). Improving new venture performance. Some guidelines for success. *American Journal of Small Business*, 12, 11-25.
<https://doi.org/10.1177/104225878701200101>
- Hornaday, J.A. (1982). Research about living entrepreneurs, dans C.A. Kent et D.L. Sexton et al. (éds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, p.20-34.
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2008). The influence of education on the success of entrepreneurs in Indonesia. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 1-17.
- Julien, P.A. et M. Marchesnay (1996). *Uentrepreneuriat*, Paris : Economica.
- Jung, C. G. (1916). *Inconscient personnel*, Paris : PUF.
- Kao, J. (1991). *The Entrepreneurial Organization*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: a study of Hong Kong MBA Students.
- Kollmann, T., Cristofor, J., & Kuckertz, A. (2007). Explaining individual entrepreneurial orientation: Conceptualisation of a cross-cultural research framework. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(3), 325–340.
- Korunka, C., Frank, H. Lueger, M. et Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process ; a configurational approach, *Entrepreneurship : Theory et Practice*, vol. 28, no 1, p. 23-42.
- Lacasse, R. M. (1990). La petite entreprise au Canada : le cas particulier de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur manufacturier, Thèse, Université de Nice Sophia-Antipolis. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/La-petite-entreprise-au-canada-%3A-le-cas-particulier-Lacasse/ed270d427b29f019b1ce9297ddf455f28092e0e1>
- Laufer, J. (1974, 1975). Comment on devient entrepreneur, *Revue française de gestion*, 2, 11-26.
- Lorrain, J. & Dussault, L. (1986). *Les caractéristiques psychologiques et les comportements de gestion des propriétaires-dirigeants : cas des PME manufacturières en phase de démarrage*. Trois-Rivières : Université du Québec à Trois-Rivières.
- Luboya, A. C. T. et Musolongo, M. C. (2021). *Entrepreneuriat, Enseignement-apprentissage et Recherche*. Paris : Editions Universitaires Européennes.
- Luboya, T. C. (2014). Facteurs explicatifs de faillite des établissements d'enseignement privés par le modèle unificateur équilibré DEA (Master), Kinshasa : Université Pédagogique Nationale.
- McClelland, D.C (1961). *The Achieving Society*, Irvington Publishers.

- Miener, J. B. (1990). Entrepreneur, high growth entrepreneurs and managers: contrasting and overlapping motivational patterns, *Journal of Business venturing*, 5(4), 221-234.
- Miles, R. E. and Snow, C. C. (1978). Organizational strategy structure and process. *American Journal of Small Business* 4(5). Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/257544>
- Miner, J. B. (1990). Entrepreneurs, high growth entrepreneurs and managers: contrasting and overlapping motivational patterns, *Journal of Business Venturing*, vol. 5, p.221-234.
- Montagno, R. V. Kuratko, D. F. & Scarcella, J. H. (1986). Perception of entrepreneurial success characteristics. *American Journal of Small Business*, 11, 25-32. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/104225878501000303>
- Moran, P. (1998). Personality characteristics and growth-orientation of the small business owner-manager. *International Small Business Journal*, 16(3), 17-38. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0266242698163001>
- Noland, M. (2007). Industrial policy, innovation policy, and Japanese competitiveness II E-working paper No. 07-4. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=989594>
- Nsuka, N.E. (2020). Profils et caractéristiques des entrepreneurs et de leurs entreprises du quartier Matonge II de Kalamu. Mémoire Inédit, Kinshasa : UPN/GEEOT.
- Philippe, J. (2021). La réussite de l'entreprise : entre performance et pérennité. *Revue Française de Gestion*, 47(301), p.45-62.
- Raymond, C. & Eysenck, H. (2016). Personality and individual differences, *American Journal of Small Business*, 10(2). <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.04.029>
- Reynolds, P. D. (1992). Who starts new firms? Learner models, Bobson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference, London. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1007935726528>
- Robinson, J.A., Mair, J., & Hockerts, K. (Eds) (2009). *International Perspectives of Social Entrepreneurship*, London: Palgrave.
- Robinson, R. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An empirical investigation of the relationship between corporate entrepreneurship and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 12(1), 53-68.
- Sagodira, G. (2011). La formation continue à l'entrepreneuriat: par-delà le déterminisme social de l'acte entrepreneurial, réunion : université de la réunion, <https://2tel.archives-ouvertes.fr/tel-00665537>
- Say, J.-B. (1852). *Catéchisme d'économie politique*, Paris (Ed. Originale : 1815). Retrieved from <http://gesd.free.fr/saycatech.pdf>
- Schollhammer, H. (1980). *Analysis and Assessment of Internal Corporate Entrepreneurship Strategies*, Los Angeles, Californie, Graduate School of Management, UCLA.
- Schumpetre J. A. (1934, 1935). *The Theory of Economic Development. An inquiry into profit, capital credit, interest and in the business cycle*. Cambridge University Press. Retrieved from https://books.google.ro/books/about/The Theory of Economic Development.html?id=-OZwWcOGeOwC&redir_esc=y

- Sexton, D. L. et N. B. Bowman (1986). Validation of a personality index: comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students, and business students, dans R. Ronstadt, J.A. Peterson et K.A. Vesper (dir.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, M.A., Babson College, p. 173-186.
- Shaver, K. G., and Scot, L. R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, 23-45. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/104225879201600204>
- Shepherd D. A., and Douglas E. (1997). Entrepreneurial attitudes and intentions of career deusion maker, paper presented to the CSB World Conference, <http://www.usasbe.org/knowledge/proceeding/1997/p18888.sherpherd.pdf>.
- Sherre, J. (1982). Tolerance of ambiguity as a discriminating variable between entrepreneur and managers, *Proceeding of the Academie of Management Conference*. Retrieved from <https://www.proquest.com/openview/8e0f3e4d6c93eb2ab0f47eeca7beb06a/1?cbl=18750&diss=y&pq-origsite=gscholar>
- Simpson, M., Padmore, J., & Newman, N. (2012). Towards a new model of success and performance in SMES. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 4(6). Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13552551211227675/full/html>
- Smeltzer, L. R., & Fann, G. L. (1989). Comparison of managerial communication a pattern in small, entrepreneurial organization and large, nature organizations, *Group & Organization Studies*, 14(2), 198-215, <http://doi.org/10.1177/105960118901400208>
- Smith, A. (1967). *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des notions*, Paris : Edition Flammarion (réédite en 1991). Retrieved from https://classiques.uqam.ca/classiques/Smith_adam/richeesse_des_nations/livre_1/richeesse_nations_L1.html
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management, *Strategic Management Journal*, *Special Issue of Corporate entrepreneurship*, Summer, 11, 17-27. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2486667>
- Taormina, R. & Lao, S. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation: personality and environmental influences. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(4). <http://dx.doi.org/10.1108/13552550710759997>
- Timmons, J. A. (1973). Motivating economic achievement : a five-year appraisal, Actes American Institute of Decision Sciences, novembre, Boston. Référence dans J.A. Timmons (1978a), Characteristics and role demands of entrepreneurship, *American Journal of Small Business*, vol. 3, n° 1, p.5-17.
- Timmons, J.-A. (1978). Characteristics and role demand of entrepreneurship, *American Journal of Small Business*, 3(1), 5-17. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/104225877800300102>

- Toulouse, J. M. (1979), *L'entrepreneurship au Québec*, Montréal : Les Presses HEC et Fides.
- Tribou, G. (1995). *L'entrepreneur musulman, l'Islam et la nationalité d'entreprise*, Paris : Harmattan. Retrieved from <https://www.amazon.fr/Lentrepreneur-musulman-Lislam-rationalit%C3%A9-dentreprise/dp/2738434665>
- Verstraete, T. (1999). *Entrepreneuriat. Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Paris : L'Harmattan, coll. Économie et Innovation, 208 p.
- Walter, M. (1968). *Personality and assessment*. New York: Wiley.
- Warner, S. R. (1993). Work in Progress toward a New Paradigm for the Sociological, Study of Religion in the U.S. *American Journal of Sociology*, 98, p.44-93.

Webographie

- Wee, C.-H., Lim, W.-S. & Lee, R. (1994). Entrepreneurship: a review with implications for further research. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 11, 25-49. <https://doi.org/10.1080/08276331.1994.10600470>
- Witkins, J. M. and Watkins, D. S. (1983). The female entrepreneur: Her background and determinants of business choice: Some British data in J.A. Timmons, & K.H Vesper (Eds). *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 271-288). Boston, MA: Babson College. <https://doi.org/10.2307/258468>
- Zimmerer, T. W. & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.

Creative Commons licensing terms

Authors will retain copyright to their published articles, agreeing that a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0) terms will be applied to their work. Under the terms of this license, no permission is required from the author(s) or publisher for members of the community to copy, distribute, transmit or adapt the article content, providing a proper, prominent and unambiguous attribution to the authors in a manner that makes clear that the materials are being reused under permission of a Creative Commons License. Views, opinions and conclusions expressed in this research article are views, opinions and conclusions of the author(s). Open Access Publishing Group and European Journal of Economic and Financial Research shall not be responsible or answerable for any loss, damage or liability caused in relation to/arising out of conflict of interests, copyright violations and inappropriate or inaccurate use of any kind of content related or integrated on the research work. All the published works are meeting the Open Access Publishing requirements and can be freely accessed, shared, modified, distributed and used in educational, commercial and non-commercial purposes under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).