

---

M.E.S., Numéro 130, Vol.2, septembre – octobre 2023

<https://www.mesrids.org>

Dépôt légal : MR 3.02103.57117

N°ISSN (en ligne) : 2790-3109

N°ISSN (impr.) : 2790-3095

Mise en ligne le 11 octobre 2023



---

***Revue Internationale des Dynamiques Sociales***  
***Mouvements et Enjeux Sociaux***  
*Kinshasa, septembre - octobre 2023*

## DEVENIR ENTREPRENEUR : Une étude de cas entre un entrepreneur et un créateur

par

**Yannick MULUEBA KIBAMBE**

*Chef de Travaux*

**Albert NDJADI VODU**

*Assistant et apprenant*

*(Tous) Faculté des Sciences Economiques et de Gestion*

*Université de Kinshasa*

---

### Résumé

*En abordant la thématique « Devenir entrepreneur », l'objectif poursuivi est de d'identifier les caractéristiques dominantes chez un entrepreneur et mettre en exergue lesquelles le différencie d'un créateur. Sur base de la méthode dialectique et de la technique statistique ainsi qu'en se fondant sur l'approche fondamentaliste de la création de l'entreprise, il transparait que l'origine familiale et l'expérience professionnelle pris globalement ont une faible influence sur la démarche entrepreneuriale de création de l'entreprise. Cependant, pris individuellement, les deux variables ont une forte influence dans la création de l'entreprise. Aussi, seule l'origine familiale différencie l'entrepreneur du créateur. Ainsi, affirmons avec les fondamentalistes que les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur ont un grand impact dans la création de l'entreprise.*

**Mots-clés :** *entrepreneur, créateur*

### Abstract

*Our article about « Becoming entrepreneur: case study between an entrepreneur and a creator” aims to identify the dominant characteristics of an entrepreneur and find out which ones make him different from a creator.*

*Using dialectic method and statistics techniques, focusing on fundamentalist approach of creation and on successful entrepreneur, we found that family belongings and professional experience have globally a weak impact on creation process. However, these variables have strong individual impact on creation process. Moreover, only the family belongings differentiate an entrepreneur from a creator: These results agree with the theory from the fundamentalist approach process of creation.*

### INTRODUCTION

Il s'observe à travers le monde que économistes et politiciens sont parfaitement conscients de la nécessité de créer des petites et moyennes entreprises afin de lutter contre le chômage. Ce constat est le fait de la diminution régulière des effectifs par les grandes firmes en licenciant une partie de leurs salariés pendant que sur le plan de la création de l'emploi, les petites et moyennes entreprises connaissent une plus grande croissance de leur effectif par rapport aux grandes entreprises<sup>1</sup>.

De son évolution, plusieurs auteurs ont chacun tenté de lui coller une dénomination. Ainsi Bob Aubrey évoque le terme d' « entreprise de soi », Alain Ehrenberg d' « entrepreneurs de notre propre vie » ; William Bridges indique lui « comment gérer mon entreprise ». Dans le même ordre d'idées, Robert Rochefort voyait les années 2000 comme celles de l'avènement du modèle de l'entrepreneur individuel, autonome et responsable, s'étendant à toutes les situations (y compris le salariat)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> RENAULT G, Les relations cadres-entreprises : après un long mariage heureux, éviter le divorce, éd., l'harmattan, Paris, 1998, pp19-20

<sup>2</sup> Idem

La création des petites et moyennes entreprises devient alors une solution au problème du chômage. Cependant, il y a lieu de signaler que la création entrepreneuriale dont nous parlons dans cette réflexion est différente de la création tout cours dans ce sens que la création entrepreneuriale ne concerne que les petites et moyennement entreprises ayant franchi le cap de 5 ans en moyenne.

Cette démarcation entre les deux types de création nous renvoi à différencier les créateurs des entrepreneurs. Partant de cette distinction, il y a lieu de s'interroger sur les préoccupations selon lesquelles quelles sont les caractéristiques dominantes chez un entrepreneur ? Ces caractéristiques sont-elles différentes de celles d'un créateur ?

Se basant sur cette problématique, l'objectif général poursuivi dans cet article est d'identifier les caractéristiques dominantes chez un entrepreneur et tracer une ligne de démarcation avec un créateur. Pour atteindre notre objectif général, nous allons comparer l'entrepreneur qui réussit à celui qui échoue enfin de ressortir leurs caractéristiques respectives.

Tenant compte des questions soulevées dans la problématique, nous présumons que les caractéristiques dominantes chez un entrepreneur seraient l'origine familiale et l'expérience professionnelle. Et seule l'origine familiale différencie un entrepreneur du créateur.

Pour mieux nous y prendre, hormis la présente introduction et la conclusion qui y met un terme, le cheminement de la pensée gravite autour de trois points. Le premier définit les concepts, le deuxième présente la théorie et les évidences, troisième présente la méthodologie et le dernier point analyse et présente les résultats.

## I. CLARIFICATION DES CONCEPTS DE L'ETUDE

Ce point présente la théorie sur l'entrepreneuriat afin de bien faire la liaison entre le capital humain et l'initiative entrepreneuriale et dégager ainsi le modèle à traiter dans ce travail.

### 1.1. Entrepreneur

La littérature sur l'entrepreneuriat propose plusieurs définitions de l'entrepreneur. Cependant pour ce qui est de cette étude nous retenons la définition de Hernandez.

Hernandez considère l'entrepreneur comme « l'Initiateur d'un processus complexe ». Initiateur, car il est celui qui est à l'origine, qui ouvre une voie nouvelle ; processus, pour montrer l'importance du temps et le caractère organisé des phénomènes en jeu ; complexe, pour faire ressortir la grande variété des éléments à considérer et leur interdépendance. Cette dernière définition qui est considérée dans le cadre de cet article<sup>3</sup>.

### 1.2. Entrepreneuriat

La meilleure définition de l'entrepreneuriat est celle conçue par Robert Hisrich (1991) qui définit le concept « d'entrepreneuriat » comme « le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle.<sup>4</sup>

## II. CONCEPTUALISATION SUR L'ENTREPRENEURIAT

Plusieurs études ont été réalisées sur l'entrepreneuriat et ont constitué un cadre théorique riche. Ci-dessous, nous présentons certaines d'entre elles. Cependant ; pour ce qui est de cette étude, nous allons nous baser sur l'approche fondamentaliste de création des

---

<sup>3</sup> PENDELIAUG., le profil du créateur d'entreprises, éd. L'harmattan, paris, 1997, Pp25-26

<sup>4</sup> Hisrich R et all., « Entrepreneurship » : lancer, élaborer et gérer une entreprise éd. Economica, paris, 1991 p11

entreprises. Le choix de ce modèle est dicté par son approche basée sur les traits de l'entrepreneur.

L'approche fondamentaliste est celle qui considère la création comme une fonction de la personnalité de l'entrepreneur. Cette approche présente plusieurs modèles : le modèle par les caractéristiques ; le modèle de Shapero et le modèle de Belley<sup>5</sup>.

### 2.1. Critique du modèle présenté

Le résultat du modèle est analysé en termes de décision de devenir ou non entrepreneur, ou en termes de création ou non de l'organisation, selon l'approche utilisée. Et cela sans se préoccuper des résultats obtenus par l'entrepreneur, des performances de l'organisation.<sup>6</sup>

Il faut également noter que ce modèle présente le processus entrepreneurial comme trop linéaire. Or, une création réussie est un processus diachronique lié à la capacité d'apprentissage du créateur, à l'adéquation des ressources financières, aux fréquents dérapages (exemple, le cas des appels des fonds successifs des entreprises de capital-risque comme actionnaires), à l'évolution de la stratégie en fonction du marché rencontré (à l'exemple de ces créateurs qui partent avec l'idée de commercialiser des produits propres et au but de quelques mois essentiellement de la sous-traitance.

Ainsi, il y a lieu de conclure d'une part que, si l'entrepreneuriat étudie la création d'organisation, il devrait plus se focaliser sur celles qui réussissent, les plus intéressantes pour l'environnement économique.

### 2.2. Evidences empiriques sur l'entrepreneur qui réussit

Ce concept pose les problèmes car, les études n'ont pas trouvé un critère de discrimination fiable entre le créateur qui réussit par rapport à celui qui échoue.

Arnold C. Cooper, William C. Dunkelberg et Carolyn Y. Woo donnent une définition simple de la réussite : réussit celui qui n'échoue pas, même si au demeurant son entreprise reste petite et peu profitable. Dans leurs études, ils ont retenu le critère de survie comme caractéristique de la réussite. De ce point de vue, ils ont trouvé spécifiquement l'âge et le niveau de diplôme comme caractéristiques principales de la réussite<sup>7</sup>.

Si on s'intéresse à la notion complexe que les américains appellent « New Venture Performance » (NVP), les études montrent l'absence de la corrélation entre les caractéristiques de l'entrepreneur et les performances de la firme. William R. Sandberg et Charles W. Hofer indiquent très clairement que l'éducation et l'expérience de l'entrepreneur n'étaient pas liées de manière significative à la performance.

Certains auteurs ont proposé un modèle basé sur les éléments suivants :  $NVP = f(E, SI, S)$  avec E= entrepreneur ; SI= structure de l'industrie ; S= stratégie.

Pour certains auteurs, la création d'une entreprise repose sur la vision du créateur qui est une image projetée dans le futur, il s'agit de l'innovation.<sup>8</sup>

Traitant de l'entrepreneuriat africain, Carbanes et Lautier(1996), considèrent l'entreprise africaine comme un des lieux de reproduction du pouvoir, c'est aussi un instrument de

---

<sup>5</sup> MATTIJS J., Défis de l'information et pilotage des entreprises, éd. Jouve, paris, 2002, P17

<sup>6</sup> LOKOLE K. S. N., Notes de cours d'entrepreneuriat, op.cit., Pp11-22

<sup>7</sup> Arnold C Cooper et al., Entrepreneurship and paths to business, éd, Strategic Management Journal, vol 7,p55, USA, 1986.

<sup>8</sup> SABONNADIÈRE J.C. et BLANCO S., la création d'entreprises innovantes, éd., Lavoisier, Paris, 2005, Pp49-55

construction ou de reconstruction identitaire. Elle est ainsi caractérisée par « l'ethnie » et celle-ci n'est pas considérée comme l'unique prolongement de celle qui se situerait à l'extérieur.<sup>9</sup>

### III. DEMARCHE METHODOLOGIQUE

Dans cette étude nous utilisons la méthode dialectique. Il s'agit d'une démarche intellectuelle qui envisage toujours une chose et son contraire, avant d'en déduire une synthèse. Sa forme primitive est le dialogue qui permet une confrontation des idées et des thèses en vue de la conviction d'autrui.

Utilisant la technique d'enquête, nous avons interrogé les créateurs d'entreprises des PME évoluant dans les différentes communes de la ville-province de Kinshasa. Un échantillon stratifié de 300 PME a été tiré de la population des PME évoluant dans les communes sélectionnées. Ainsi, un questionnaire a été administré aux enquêtés afin de recueillir les informations.

Ensuite, nous avons fait le dépouillement et avons élaboré les tableaux à double entrée afin de faire une analyse descriptive et ensuite nous présentons une analyse corrélacionnelle pour tester la relation entre les variables. A ce sujet, quelques tests statistiques seront utilisés. Le logiciel « statistica » nous a permis de réaliser les tests  $X^2$ , le test Phi, le coefficient de contingence et le test de rang de Pearson.

Le test de  $X^2$  montre l'existence ou non de la relation entre les variables, tandis que le test phi, le coefficient de contingence et le coefficient de rang de Pearson, spécifient la force de liaison entre les variables. Nous dirons qu'il existe une relation, au seuil de signification de 5% et à un certain degré de liberté, lorsque le  $X^2$  calculé est inférieure à celui de la table. La force de liaison sera forte lorsqu'on est au-delà de 50%, moyenne entre 30 à 49% et faible en dessous de 30%.

## IV. ANALYSE DES DONNEES ET INTERPRETATION DES RESULTATS

### 4.1. Présentation des données

Tableau I. Répartition des enquêtés selon le domaine de création

Nature	Effectif	%
Commerce	218	72,7
Industrie	6	2,0
Agriculture	4	1,3
Construction	6	2,0
Service	66	22,0
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Pour ce qui est du domaine de création, 72,7% des enquêtés ont créé dans le secteur de commerce alors que 22% se sont lancés dans le secteur des services. De ce qui précède, il se dégage donc plus d'opportunités d'entreprendre dans ces deux secteurs qu'ailleurs. Cela s'explique du fait que ces deux domaines n'exigent pas des montants très élevés pour démarrer une activité.

Tableau II. Répartition des enquêtés selon qu'ils ont un parent ou grand parent créateur

Nature	Effectif	%
Avoir un parent ou grand parent	167	55,7
Ne pas en avoir	133	44,3
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

<sup>9</sup> CARVANES C. et LAUTIER B., Profils d'entreprises du sud : les politiques de gestion face aux cultures et aux statuts, éd. Karthala, Paris, 1996, Pp68-69

Les données de ce tableau renseignent que 55,7% des créateurs enquêtés par la présente enquête possèdent l'un des parents entrepreneur alors que 44,3% disent le contraire. Ces résultats confirment la théorie fondamentaliste de création dans son volet « the trait approach » selon les Anglo-saxons, qui stipule qu'il y a plus de chance de trouver un entrepreneur dans la famille dont un des parents le fût. Cette théorie est confirmée également par Shapero en évoquant la variable sociologique (famille) comme facteur pouvant influencer sur la création.

Tableau III. Répartition des enquêtés selon les facteurs qui ont permis la création

Nature	Effectif	%
Expérience professionnelle	64	21,3
Votre famille	87	29,0
L'entreprise dans laquelle vous travaillez	10	3,3
Vos possibilités financières	50	16,7
Perte d'emploi et impossibilité d'en trouver	89	29,7
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Quant aux facteurs pouvant influencer la création, le tableau III nous montre que 29,7% sont influencés par la perte d'emploi et l'impossibilité d'en trouver (variable de situation de Shapero), 29% sont influencés par la famille (variable sociologique de Shapero), 21,3% sont influencés par l'expérience professionnelle (variable de sociologie du même auteur) et 16,7% par les possibilités financières (variable économique de Shapero).

Tableau IV. Répartition des enquêtés selon l'âge de l'entreprise

Nature	Effectif	%
Moins de 3 ans	96	32
3 - 6 ans	119	39,7
7 ans ou plus	85	28,3
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

La lecture de données de ce tableau révèle que 32% d'entreprises créées par les enquêtés rencontrés au cours de l'enquête de terrain ont une ancienneté inférieure à 3 ans, 39,7% se situent entre 3 à 6 ans. Seuls 28,3% d'entreprises ont réussi à totaliser 7 ans voire plus. Or, la théorie entrepreneuriale fixe la durée de création entre 3 ans à 7 ans avec 5 ans en moyenne. Donc, vu ces résultats, un effort devrait être fourni pour relever la pente. Ensuite, ce qui reste et de chercher à savoir si toutes celles qui réussissent se développent.

Tableau V. Répartition des enquêtés selon que leur entreprise a connu l'expansion

Nature	Effectif	%
Avoir connu l'expansion	263	87,7
N'avoir pas connu l'expansion	37	12,3
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Il transparaît de ce tableau que 87,7% des enquêtés reconnaissent avoir connu une expansion de leurs affaires contrairement à 12,3% qui n'ont pas connu l'expansion.

#### 4.2. Analyse des données et interprétation des résultats

Tableau VI. Influence du niveau d'étude dans la création de l'entreprise

Nature	Primaire	Secondaire	Universitaire	Post universitaire	Autre	Total
Avoir créé	20	151	106	10	6	293
N'avoir pas créé	0	4	0	2	1	7
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>155</b>	<b>106</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>300</b>



$X^2= 16,07783$   $Dl=4$   $\Phi= 23\%$   $Contingence=23\%$ .

Tenant compte du niveau d'étude dans la création de l'entreprise, le test de  $X^2$  n'établit pas une influence de ce dernier sur la création de l'entreprise car ( $X^2c 16,07783 > X^2t 14,8602$ ) à 4 degré de liberté et au seuil de 5%. Par contre le test phi et celui de contingence estiment cette non influence négligeable (23%). Nous disons donc que le niveau d'étude explique la création de l'entreprise à 67%.

Tableau VII. Influence de la profession dans la création de l'entreprise

Nature	Secteur privé	Secteur public	Fonct.	Agri.	Ensei.	Chômeur	Total
Avoir crée	99	19	10	4	12	149	293
N'avoir pas crée	4	1	0	0	0	2	7
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>151</b>	<b>300</b>

$X^2= 3,123875$   $Dl= 5$   $\Phi= 10\%$   $Contingence= 10\%$

La profession a une influence positive sur la création de l'entreprise ( $X^2c 3,123875 < X^2t 16,7496$ ) à 5 degré de liberté et au seuil de 5%. Le test phi et celui de la contingence estiment cette force de liaison à 10%.

Tableau VIII. Influence de certains facteurs sur la création d'entreprise

Nature	Expérience prof.	Famille	Entreprise de votre Travail	Possibilités financières	Perte d'emploi	Total
Avoir crée	68	81	1	49	84	283
N'avoir pas crée	5	6	2	3	1	17
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>87</b>	<b>3</b>	<b>52</b>	<b>85</b>	<b>300</b>

$X^2= 17,65294$   $Dl= 4$   $\Phi= 24\%$   $Contingence= 24\%$

Tenant compte des facteurs sociologiques globalement dans la création de l'entreprise, le test de  $X^2$  n'établit pas une influence de ces derniers sur la création de l'entreprise car ( $X^2c 17,65294 > X^2t 14,8602$ ) à 4 degré de liberté et au seuil de 5%. Par contre le test phi et celui de contingence estiment cette non influence négligeable (24%).

Nous disons donc que le niveau d'étude explique la création de l'entreprise à 66%.

## V. DISCUSSIONS DES RESULTATS

Il s'agit dans la présente étude de vérifier les hypothèses selon lesquelles l'origine familiale et l'expérience professionnelle sont les deux caractéristiques dominantes chez un entrepreneur et que lesdites caractéristiques le différencie d'un créateur. Après l'analyse statistiques de ces résultats, il transparaît une corrélation positive entre la création et l'origine familiale. De même, les résultats ont démontré qu'il existe une relation positive entre la création et l'expérience professionnelle. Ces résultats vérifient notre première hypothèse relative aux traits dominants de l'entrepreneur qui réussit.

Cependant en ce qui concerne la différence entre un entrepreneur et un créateur, l'étude a montré que 27% d'enquêtés sont entrepreneurs et 73% sont créateurs. Il y a une prédominance des créateurs que des entrepreneurs. Ainsi ces résultats attestent que les créateurs sont plus des opportunistes qui ne parviennent pas à pérenniser leur activité. D'où, l'origine familiale qui est un facteur inné domine chez les entrepreneurs que chez les créateurs.

## CONCLUSION

La présente réflexion avait pour but d'identifier les caractéristiques dominantes chez un entrepreneur et trouver lesquelles le différencie d'un créateur. L'analyse qui en est suivi a

révélé que 56% des enquêtés ont un parent entrepreneur contre 44% qui n'ont aucun parent entrepreneur. L'analyse a montré également que 89% des enquêtés ont créé dans leur domaine professionnel. Pour ce qui est du statut d'entrepreneur, 27% seulement sont considérés comme entrepreneur au sens strict de l'entrepreneuriat. Autrement dit ceux qui ont eu à dépasser le cap de 5 ans en moyenne.

Cependant, ces traits caractéristiques ne sont pas les seuls à influencer l'entrepreneur qui réussit. D'autres tels que l'âge, le niveau d'étude ont une influence positive sur l'entrepreneur. Toutefois, ces traits sont communs à tous les entrepreneurs et à tous les créateurs.

S'inspirant de ces résultats, nous recommandons à l'Etat de promouvoir l'entrepreneuriat local par la facilité de formation, l'accès au financement et l'allègement de la fiscalité en se basant sur le critère de réussite qui caractérise l'entrepreneur (l'origine familiale et l'expérience professionnelle).

#### **BIBLIOGRAPHIE**

- ARNOLD Cooper et al., *Entrepreneurship and paths to business*, USA, éd, Strategic Management Journal, vol. 7, 1986.
- CARVANES C. et LAUTIER B., *Profils d'entreprises du sud : les politiques de gestion face aux cultures et aux statuts*, éd. Karthala, Paris, 1996.
- HISRICH R. et all., « *Entrepreneurship* » : *lancer, élaborer et gérer une entreprise*, Paris, éd. Economica, 1991.
- LOKOLE K. S. N., *Notes de cours d'entrepreneuriat*, Inédit
- MATTIJS J., *Défis de l'information et pilotage des entreprises*, Paris, éd. Jouve, 2002.
- PENDELIAUG., *Le profil du créateur d'entreprises*, Paris, L'Harmattan, 1997.
- RENAULT G., *Les relations cadres-entreprises : après un long mariage heureux, éviter le divorce*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- SABONNADIÈRE J.C. et BLANCO S., *La création d'entreprises innovantes*, Paris, éd., Lavoisier, 2005.