

Evaluation des motivations entrepreneuriales des entrepreneurs de la Ville de Kinshasa en République Démocratique du Congo

[Evaluation of the entrepreneurial motivations of entrepreneurs in the city of Kinshasa]

Jonathan Enguta Mwenzi¹ and Michel Remo Yossa²

¹Département de Psychologie, Université de Kinshasa, Kinshasa, RD Congo

²Département de Gestion des Entreprises et Organisation du Travail, Université de Kinshasa, Kinshasa, RD Congo

Copyright © 2022 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the *Creative Commons Attribution License*, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: The objective of this study was to assess the entrepreneurial motivations of entrepreneurs in the city of Kinshasa. To this end, a motivational scale was administered to a sample of 380 entrepreneurs in four communes of the city of Kinshasa. The results obtained revealed that psychological needs, the desire to contribute to the resolution of community problems, know-how and expected profitability are factors that motivated the subjects of the study to go into business. Expected profitability was the most important factor that motivated the study subjects to start their small and medium-sized businesses.

KEYWORDS: Entrepreneurial motivations, entrepreneurs, psychological needs, contributions to society, expected profitability and know-how.

RESUME: Cette étude avait pour objectif d'évaluer les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs de la Ville de Kinshasa. A cet effet, une échelle des motivations a été administrée à un échantillon de 380 entrepreneurs de quatre communes de la Ville de Kinshasa. Les résultats obtenus ont révélé que les besoins psychologiques, le souci de contribuer à la résolution des problèmes de communauté, le savoir-faire et la rentabilité espérée sont des facteurs qui ont poussé les sujets de l'étude à se lancer dans les affaires. La rentabilité espérée est le facteur qui a le plus motivé les sujets de l'étude dans la création de leurs petites et moyennes entreprises.

MOTS-CLEFS: Motivations entrepreneuriales, entrepreneurs, besoins psychologiques, contributions à la société, rentabilité espérée et savoir-faire.

1. INTRODUCTION

La République Démocratique du Congo (RDC) a connu, depuis les années 90, des pillages qui ont impacté négativement son tissu économique et a occasionné la faillite de plusieurs entreprises tant privées que publiques. Ces pillages ont eu des répercussions sur le taux d'occupation de la population active en augmentant le pourcentage de chômeurs. D'ailleurs, Ngub'usim (2014) affirme que plus de 90 % de la population active congolaise se trouvent en situation de chômage. Ces pillages ne constituent pas l'unique facteur explicatif de l'inoccupation de la population congolaise. Il y a, à côté de ces pillages, les guerres à répétition qui ont plongé la population congolaise dans une grande précarité et dans une paupérisation fatale. Face à ces conditions difficiles de vie, la population congolaise a développé des mécanismes spécifiques et particuliers de survie.

Dans la liste de ces mécanismes de survie, Ngub'usim (2014) cite en première position la débrouillardise qui pousse la population congolaise à créer de petites unités de production. Cet élan de débrouillardise fait qu'en milieu urbain, la plupart de congolais se retrouvent être des tenanciers ou vendeurs dans des kiosques de télécommunication, tenanciers des dépôts de vente de boissons, vendeurs dans des boutiques, des tenanciers de pharmacie. Bref, ils sont dans le petit commerce, dans le transport, propriétaires et gérants des pousses-pousses; certains sont même des motards communément appelés « Wewa », etc. (Ngub'usim, 2014). En milieu

ruraux, cette débrouillardise se manifeste par des activités maraichères et agropastorales. Cette forte débrouillardise qui s'accompagne de la création de petites et moyennes entreprises constitue pour les économistes une stratégie de croissance et de réduction de la pauvreté.

C'est d'ailleurs dans ce contexte que la croissance et l'emploi, en période de crise socio-économique et de chômage, ne peuvent provenir que de l'esprit d'entreprise (ou de débrouillardise) des populations et de la promotion d'une culture favorable à l'entrepreneuriat et au développement de petites et moyennes entreprises (Verstraete, 2000; Commission Européenne, 2008; Créa Business Idea, 2012; Bécard, 2011). Ainsi, on peut admettre que le développement de la RDC, comme de tout autre pays en voie de développement, nécessite la promotion ou la création de petites et moyennes entreprises (P.M.E.) ainsi que de petites et moyennes industries (P.M.I.). C'est dans ce contexte que depuis les années 2000, on assiste à une multiplicité des initiatives de création des P.M.E. dans le territoire national. On trouve ainsi dans chaque commune de différentes villes de la R.D.C. une multitude de P.M.E. œuvrant dans différents secteurs de la vie nationale.

D'ailleurs, Kudiakusika (2018) affirme que plus de 80 % de travailleurs congolais sont dans le secteur de P.M.E. Cette augmentation des P.M.E. a poussé les autorités congolaises à réguler ce secteur en mettant en place l'Office de Promotion des Petites et Moyennes Entreprises Congolaises (OPEC) et un ministère chargé des questions relatives à l'entrepreneuriat et aux P.M.E. Malgré cette organisation du secteur des P.M.E., certaines études ont révélé que les P.M.E. congolaises tombent de plus en plus en faillite. En ce qui concerne leur survie, seule une minorité résiste face aux différentes crises socio-économiques et connaissent une véritable croissance (Mathodi, 2003; Tshikanda, 2010; Ngoy, 2015).

Les études portant sur les facteurs explicatifs de la faillite de ces P.M.E. évoquent plusieurs raisons dont les plus essentielles sont, selon Smida et Khelil (2010), l'environnement, les ressources et les motivations entrepreneuriales. S'agissant de l'environnement, les études ont démontré que les variables « milieu d'implantation de l'entreprise, cadre légal et différentes redevances de l'Etat (impôts, taxes...) » influencent de façon particulière la survie ou la faillite des petites et moyennes entreprises (Aldrich & Martinez, 2001). En ce qui concerne les ressources, les études ont démontré qu'il s'agit d'un ensemble des moyens internes mis à la disposition de l'entrepreneur et qui sont susceptibles d'accroître le bénéfice économique de son entreprise. Parmi ces ressources, les plus déterminantes dans la faillite ou la survie des P.M.E. sont: les savoir-faire, les ressources sociales et financières (Aldrich & Martinez, 2001; Brush, Manolova & Edelman, 2008; Hansen, 1995).

La motivation entrepreneuriale, quant à elle, constitue l'un des facteurs les plus déterminants de la faillite ou de la survie des PME. Dans ce contexte, on peut à partir du type de la motivation à entreprendre déduire les chances qui existent pour qu'une entreprise survive ou fasse faillite face aux différents facteurs contingents. Ainsi, cette motivation se traduit par des éléments d'essences psychologiques qui expliquent mieux les raisons de l'échec entrepreneurial. Cette motivation ferait que certains entrepreneurs mettent en avant leur motivation, détermination et volonté pour maintenir en vie leur affaire, alors que d'autres éprouvent un état de désespoir, de doute, de stress et démotivation qui les amènent à mettre fin à leur aventure entrepreneuriale (Valeau, 2006).

Cette motivation qui s'appuie en partie sur la « théorie de la brèche aspirations-réalisations » (goal achievement gap theory) (Cooper & Artz, 1995) perçoit l'échec en termes de déception personnelle de l'entrepreneur suite à la non-concrétisation de ses aspirations et attentes initiales (Cannon & Edmondson, 2001; Cooper & Artz, 1995; Jenning & Beaver, 1995; Murphy & Callaway, 2004). La littérature scientifique sur les motivations entrepreneuriales distingue trois groupes de facteurs: les facteurs d'ordre sociologique, les facteurs d'ordre psychologique et les facteurs d'ordre environnemental.

Dans les facteurs psychologiques, un accent particulier est mis sur les besoins qui poussent les individus à entreprendre. Dans la liste de ces besoins, la littérature spécialisée cite: le besoin d'accomplissement, la croyance en la maîtrise de sa destinée (locus of control), la propension à prendre des risques, la créativité, les valeurs, la tolérance à l'ambiguïté, l'autonomie et la confiance en soi. En ce qui concerne les facteurs environnementaux, l'accent est plus mis sur les facilités, les contraintes et les opportunités que l'environnement offre aux potentiels entrepreneurs (possibilité de financement, impossibilité de trouver un emploi dans le secteur formel, exonération de certaines taxes...).

Enfin, les facteurs d'ordre sociologique renvoient aux caractéristiques sociodémographiques (sexe, milieu familial, situation professionnelle antérieure, niveau d'instruction...) qui impactent sur l'intention des sujets à pouvoir se lancer dans les affaires. A ce sujet, Davidson (1995) pense que la prise en compte isolée des approches psychologiques, économiques et sociologiques dans l'explication des motivations entrepreneuriales ne permet pas de mieux expliquer les facteurs à la base de la création d'entreprise. Pour le même auteur, la création d'une entreprise peut être facilitée non seulement par des facteurs internes à l'individu (besoins de l'individu à assumer certaines responsabilités, son savoir-faire) mais aussi et surtout par des facteurs économiques et environnementaux (la rentabilité, la contribution à la société...). Cette conclusion se vérifie plus dans les pays en voie de développement où la volonté de pouvoir résoudre le problème de chômage et la satisfaction des besoins vitaux de base constitue l'une des raisons explicatives de la débrouillardise.

Dans le contexte congolais, aucune étude, à notre connaissance, n'a essayé de mettre en lumière les déterminants des motivations entrepreneuriales des entrepreneurs nationaux. C'est pourquoi, il nous a paru important d'évaluer ces motivations et de déterminer lequel des facteurs internes et externes explique mieux ce processus motivationnel des entrepreneurs de la Ville de Kinshasa. Ainsi, cette

étude poursuit trois objectifs suivants: (1) identifier les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs de la Ville de Kinshasa; (2) spécifier le facteur motivationnel le plus déterminant dans l'intention entrepreneuriale de ces entrepreneurs et (3) déterminer l'influence des variables sociodémographiques (sexe, âge, niveau d'étude, présence d'un parent entrepreneur, lieu d'implantation des PME) sur les motivations entrepreneuriales de entrepreneurs de la Ville de Kinshasa.

2. METHODOLOGIE

2.1. CADRE PHYSIQUE

La ville province de Kinshasa, à travers ses 24 communes, constitue le cadre physique de la présente étude. De ces 24 communes, quatre ont été tirées au sort de manière probabiliste pour constituer le champ d'investigation de la présente étude. Il s'agit précisément des communes de Lemba, Limete, Kisenso et Matete.

2.2. PARTICIPANTS À L'ÉTUDE

La population de notre étude est constituée de tous les créateurs de Petites et Moyennes Entreprises (PME) ou de tous les entrepreneurs œuvrant dans les quatre communes de la Ville de Kinshasa ciblées dans l'étude (Lemba, Limete, Kisenso et Matete) dont l'effectif total s'élève à 2530 sujets. De cette population, un échantillon non probabiliste de 380 sujets en raison de 120 pour la commune de Matete, 90 pour la commune de Lemba, 80 pour la commune de Limete et 90 pour la commune de Kisenso. Cet échantillon varie également selon le sexe, la tranche d'âge, le niveau d'études et la présence d'un parent entrepreneur.

Du point de vue de sexe, l'échantillon est constitué de 214 hommes contre 166 femmes. En ce qui concerne la tranche d'âge, on retrouve 82 sujets âgés de moins de 30 ans, 106 sujets âgés de 30-39 ans, 87 sujets âgés de 40-49 ans, 48 sujets âgés de 50-59 ans et, enfin, 57 sujets âgés de 60 ans et plus. Au niveau du niveau d'études, on a dans l'échantillon 78 sujets diplômés d'état (ayant un baccalauréat), 89 sujets gradués (bac+3), 144 sujets licenciés (bac+5) et 69 sujets diplômés d'études approfondies (bac+7). S'agissant de la présence d'un parent entrepreneur, on a pu identifier 176 sujets ayant un parent entrepreneur contre 204 sujets qui n'avaient pas de parent entrepreneur.

2.3. MÉTHODE ET INSTRUMENT DE RÉCOLTE DES DONNÉES

Nous avons recouru à la méthode enquête qui a été appuyée par l'échelle des motivations entrepreneuriales. Cette échelle s'est inspirée des échelles de Madické (2012) et de Brouillard (2005). L'échelle est constituée de 26 items évaluant quatre types des motivations à la base de la création d'entreprise: les besoins psychologiques, la contribution à la société, le savoir-faire et la rentabilité espérée. Les items se rapportant aux besoins psychologiques ont été tirés de l'échelle de Madické (2012) alors que ceux se rapportant à la contribution à la société, au savoir-faire et à la rentabilité ont puisés dans l'échelle de Brouillard (2005). Pour exprimer son point de vue à cette échelle, le sujet est invité à spécifier son niveau d'approbation en disant s'il est *Totalement en Désaccord (T.D.)*, en *Désaccord (D)*, en *Accord (A)* et *Totalement en Accord (T.A.)*.

Une étude métrologique réalisée auprès des sujets de l'étude, en se servant du coefficient alpha de Cronbach, a démontré une bonne consistance interne de l'échelle (besoins psychologiques « BP » 0,77; contribution à la société « CS » 0,71; savoir-faire « SF » 0,72; rentabilité espérée « RE » 0,77 et tous les items de l'échelle 0,78).

2.4. DÉPOUILLEMENT DES DONNÉES

Le dépouillement de notre échelle a consisté premièrement à quantifier les positions des sujets à chaque item de nos échelles. A ce sujet, aux positions *totalement en désaccord (TD)*, en *désaccord (D)*, en *accord (A)* et *totalement en accord (TA)*, nous avons attribué respectivement les points suivants: 1, 2, 3 et 4. Ensuite, nous avons procédé à la sommation des points de chaque sujet à chaque sous-thème de l'échelle. Des notes globales par sous-thèmes ont été obtenues en divisant les points obtenus par chaque sujet à chaque sous-thème par le nombre des questions du sous-thème. Partant de ces notes moyennes, nous avons établi une échelle d'interprétation ou d'étalonnage qui va de 1 à 4 et qui peut se présenter de la manière suivante: (1) 1-1,4: très forte absence de la motivation entrepreneuriale; (2) 1,5- 2,4: faible absence de la motivation entrepreneuriale; (3) 2,5-3,4: forte présence de la motivation entrepreneuriale et (4) 3,5-4: très forte présence de la motivation entrepreneuriale.

3. RESULTATS

3.1. RÉSULTATS GLOBAUX DE L'ÉTUDE

Le tableau suivant présente les résultats de notre étude de manière globale en tenant compte de certains indices statistiques de tendance centrale et de dispersion.

Tableau 1. Présentation globale des résultats (N=380)

Indices statistiques	Motivations			
	B.P.	C.S.	S.F.	R.E.
Moyenne (M)	3,16	3,19	3,12	3,25
Erreur type de la moyenne (SDM)	0,03	0,03	0,03	0,02
Médian (Mdn)	3,14	3,12	3,08	3,20
Mode (Mo)	3,00	3,00	3,00	3,00
Ecart type (σ)	0,31	0,29	0,28	0,27
Variance (σ^2)	0,09	0,08	0,08	0,07

Légende: B.P.: Besoins psychologiques, C.S.: contribution à la société, S.F.: savoir-faire et R.E.: Rentabilité espérée.

De la lecture du tableau 1, il ressort que les différents facteurs motivationnels (besoins psychologiques, contribution à la société, savoir-faire et rentabilité espérée) sont à la base de la création des petites et moyennes entreprises des sujets de notre étude. Cette conclusion se justifie par le fait que les différentes moyennes tombent dans l'intervalle de 2,5-3,4 correspondant à une effectivité de la motivation.

En d'autres termes, les sujets de notre étude se lancent dans la création de petites et moyennes entreprises à cause de leurs besoins psychologiques (accomplissement, contrôle de la destinée, prise de risques, innovations et créativité, tolérance à l'ambiguïté, confiance en soi), de leur souci de contribution à la réduction du chômage de leur communauté, de leurs savoir-faire et de la rentabilité espérée de leurs petites unités de production. En comparant les différentes moyennes, on se rend compte que la moyenne de la rentabilité espérée est la plus élevée comparativement aux autres motivations. L'analyse de la variance a permis également de conclure que la rentabilité espérée est le facteur motivationnel le plus explicatif de la création d'entreprise chez les sujets de notre étude (F: 4,01; p: 0,008; $p < 0,01$).

Dans le souci de savoir les items les plus évalués positivement au niveau de différentes dimensions de notre échelle, il nous a paru important de dégager les fréquences et pourcentages d'approbation ou de désapprobation de différents items de l'échelle. La présentation de ces indices tient compte de quatre dimensions de l'échelle: besoins psychologiques, contribution à la société, savoir-faire et rentabilité espérée.

Tableau 2. Réactions des sujets aux items liés aux besoins psychologiques

Questions	Degré d'appréciation				Total
	TD	D	A	TA	
1: Besoin d'accomplissement ou de réalisation.	32 (8,4%)	54 (14,2%)	193 (50,8%)	101 (26,6%)	380 (100%)
2: Sentiment de contrôle de la destinée.	21 (5,5%)	47 (12,4%)	197 (51,8%)	115 (30,3%)	380 (100%)
3: Prise des risques.	32 (8,4%)	91 (23,9%)	164 (43,2%)	93 (24,5%)	380 (100%)
4: Innovation et créativité.	23 (6,1%)	56 (14,7%)	217 (57,1%)	84 (22,1%)	380 (100%)
5: Tolérance à l'ambiguïté et des vues divergentes.	38 (10%)	90 (23,7%)	168 (44,2%)	84 (22,1%)	380 (100%)
6: Besoin d'autonomie et d'indépendance.	20 (5,3%)	32 (8,4%)	191 (50,3%)	137 (36%)	380 (100%)
7: Confiance en soi.	19 (5%)	46 (12,1%)	168 (44,2%)	147 (38,7%)	380 (100%)

Légende: TD: Totalemment en désaccord, D: en désaccord, A: en Accord et TA: Totalemment en accord.

La lecture du tableau 2 révèle que les besoins psychologiques (accomplissement de soi, contrôle de la destinée, prise des risques, innovation et créativité, tolérance à l'ambiguïté, autonomie et confiance en soi) servent effectivement de motivation à la création d'entreprise chez les entrepreneurs de notre étude. Cette conclusion se justifie par le fait que le pourcentage d'approbation de ces besoins dépasse de loin le seuil théorique de 50 %.

En comparant les pourcentages d'approbation de ces besoins, on se rend compte que le besoin d'autonomie et d'indépendance (86,3%), la confiance en soi (82,9%) et le sentiment de contrôle de la destinée (82,1%) sont les besoins qui ont le plus poussé les sujets de notre étude à se lancer dans la création des petites et moyennes entreprises. La forte motivation entrepreneuriale liée à l'autonomie peut se traduire par le fait que le travail est considéré comme la mère nourricière et en plus comme instrument d'autonomisation de la personne. C'est dans ce contexte que tout le monde admet que le travail assure l'autonomie. Cette autonomie est plus marquée lorsque l'on est entrepreneur que lorsqu'on est salarié dans le secteur public ou privé. Ainsi, il est normal que les sujets qui ne désirent pas être sous les ordres des chefs dans les structures formelles puissent se lancer dans l'entrepreneuriat.

La forte approbation de la confiance en soi comme facteur motivationnel de la création d'une petite entreprise peut se justifier par le fait que la confiance en soi rend le sujet plus apte à affronter des situations nouvelles et à faire face aux obstacles. La carrière d'entrepreneur étant jalonnée de plusieurs obstacles, la confiance en soi apparaît comme un catalyseur de la détermination et de la performance en permettant ainsi aux sujets d'être plus performants sur le long terme dans leurs projets d'entreprise.

Enfin, la forte motivation liée au contrôle de la destinée traduit un sens élevé de la planification dans le chef de nos sujets. Cette projection de l'avenir peut se justifier par la non-sécurité des emplois dans le secteur formel congolais qui se traduit souvent par des licenciements et des mises en disponibilité. Dans ces conditions, un travailleur prévoyant ne peut que se lancer dans une petite unité de production avec objectif de lui permettre de satisfaire les besoins de sa famille même en période de licenciement. Cette position des sujets de notre étude se manifeste dans le chef de nos sujets par une forte référence à un proverbe selon lequel l'homme prudent voit le mal de l'emploi.

Les besoins d'accomplissement, de prise des risques, d'innovation et de créativité ainsi que de tolérance à l'ambiguïté sont tout de même explicatifs de la motivation entrepreneuriale des sujets de notre étude en dépit de leur faible pourcentage d'approbation comparativement aux trois autres besoins. Ces résultats de notre étude semblent être en harmonie avec la théorie psychologique de l'entrepreneur (citée par Kakenza, 2017) où ces différents besoins sont évoqués comme des traits caractéristiques des créateurs de petites et moyennes entreprises.

Tableau 3. Réactions des sujets aux items liés à la contribution à la société

Questions	Degré d'appréciation				Total
	TD	D	A	TA	
8: Réseau de contact.	31 (8,2%)	68 (17,9%)	197 (51,8%)	84 (22,1%)	380 (100%)
9: Répondre au besoin de la société.	45 (11,8%)	74 (19,5%)	171 (45%)	90 (23,7%)	380 (100%)
10: Contribuer au développement de la communauté.	23 (5,8%)	56 (14,7%)	199 (52,4%)	103 (27,1%)	380 (100%)
11: Créer de nouveaux emplois dans le quartier.	24 (6,3%)	56 (14,7%)	191 (50,3%)	109 (28,7%)	380 (100%)
12: Diversifier l'activité économique du quartier.	30 (7,9%)	60 (15,8%)	196 (51,6%)	94 (24,7%)	380 (100%)
13: Être important pour la société sur le plan économique.	24 (6,3%)	45 (11,8%)	166 (43,7%)	145 (38,2%)	380 (100%)
14: Faire partir de l'élite de la communauté.	20 (5,3%)	49 (12,9%)	195 (51,3%)	116 (30,5%)	380 (100%)
15: recherche du prestige social	37 (9,7%)	78 (20,5%)	178 (46,8%)	87 (23%)	380 (100%)

De la lecture du tableau 3, il ressort dans l'ensemble que les sujets de notre étude en créant des petites et moyennes entreprises se donnent aussi pour objectif de rendre service à leur communauté. Dans ce contexte, 81,9 % de sujets de l'étude ont créé leurs unités de production pour être importants sur le plan économique dans leur communauté, 81,8 % pour faire partie de l'élite de la communauté et 79,5 % pour contribuer au développement de leur communauté. Signalons tout de même que la recherche du prestige social (69,8%) et le souci de répondre au besoin de la communauté (68,7%) sont des facteurs liés à la contribution à la communauté les moins évoqués par les sujets de l'étude dans leurs initiatives de création des unités de production.

Tableau 4. Réactions des sujets aux items liés au savoir-faire

Questions	Degré d'appréciation				Total
	TD	D	A	TA	
16: Habiletés de gestionnaire.	28 (7,4%)	65 (17,1%)	198 (52,1%)	89 (23,4%)	380 (100%)
17: Expertise dans le domaine.	23 (6,1%)	54 (14,2%)	184 (48,4%)	119 (31,3%)	380 (100%)
18: Cheminement de carrière.	15 (3,9%)	55 (14,5%)	215 (56,6%)	95 (25%)	380 (100%)
19: Utiliser le savoir-faire.	19 (5%)	42 (11,1%)	190 (50%)	129 (33,9%)	380 (100%)
20: Aptitude à utiliser les fonds pour exécuter le projet.	19 (5%)	48 (12,6%)	228 (60%)	85 (22,4%)	380 (100%)
21: Savoir la personne à contacter pour concrétiser le projet.	28 (7,4%)	53 (13,9%)	218 (57,4%)	81 (21,3%)	380 (100%)

Du tableau 4, il ressort que 83,9 % de sujets de l'étude affirment avoir lancé leur petite unité de production pour utiliser leur savoir-faire, 82,4 % de sujets à cause de leur aptitude à utiliser les fonds pour exécuter le projet entrepreneurial; 81,6 % de sujets à cause de leur cheminement de carrière; 79,7 % de sujets à cause de leur expertise dans le domaine; 78,7 % de sujets à cause de leur connaissance de la personne à contacter pour concrétiser le projet et 75,5 % de sujets à cause de leur habilité de gestionnaire. De ces résultats, on peut déduire que la capacité d'utiliser le savoir-faire est la motivation la plus évoquée par nos sujets au niveau de savoir-faire. Par contre, les habilités de gestionnaire constituent la motivation la moins évoquée par nos sujets de l'étude.

Tableau 5. Réactions des sujets aux items liés à la rentabilité espérée

Questions	Degré d'appréciation				Total
	TD	D	A	TA	
22: Vouloir être rémunéré en fonction de son savoir-faire.	14 (3,7%)	50 (13,2%)	195 (51,3%)	121 (31,8%)	380 (100%)
23: Réaliser des profits.	19 (5%)	35 (9,2%)	194 (51,1%)	132 (34,7%)	380 (100%)
24: Avantages financiers personnels.	19 (5%)	29 (7,6%)	208 (54,7%)	124 (32,7%)	380 (100%)
25: Objectif de gagner de l'argent.	30 (7,9%)	42 (11,1%)	182 (47,9%)	126 (33,1%)	380 (100%)
26: Maximiser le profit.	21 (5,5%)	53 (13,9%)	174 (45,8%)	132 (34,8%)	380 (100%)

De la lecture du tableau 5, il ressort que 83,1 % de sujets de notre étude se sont lancés dans la création de petites et moyennes entreprises parce qu'ils voulaient être rémunérés en fonction de leur savoir-faire, 85,8 % pour réaliser des profits, 87,4 % à cause des avantages financiers personnels, 81 % de sujets pour gagner de l'argent et enfin 80,6 % pour maximiser le profit. De ces résultats, on peut déduire que les avantages financiers personnels apparaissent comme la première motivation liée à la rentabilité qui pousse les sujets de l'étude à se lancer dans la création de petites et moyennes entreprises. La motivation la moins évoquée se rapporte à la maximisation des profits.

3.2. RÉSULTATS SELON LES CARACTÉRISTIQUES DES SUJETS

Les résultats de l'étude sont présentés, à ce niveau, en tenant compte des caractéristiques sociodémographiques des sujets (sexe, tranche d'âge, niveau d'études, la présence d'un parent entrepreneur dans la famille et la commune d'implantation de la petite et moyenne entreprise).

Tableau 6. Résultats selon le sexe des sujets

Sexe	Indices statistiques	BP	CS	SF	RE
Masculin	Moyenne	3,19	3,18	3,15	3,23
	Ecart-type	0,31	0,31	0,26	0,29
Féminin	Moyenne	3,12	3,21	3,08	3,27
	Ecart-type	0,30	0,27	0,31	0,25

Il ressort du tableau 6 que les hommes ont, à première vue, des notes supérieures à celles des femmes au niveau des besoins psychologiques et des savoir-faire comme facteurs explicatifs de la création d'entreprise. Par contre, les femmes ont, numériquement, des notes supérieures à celles des hommes au niveau de la contribution à la société et de la rentabilité espérée comme facteurs explicatifs de la création d'entreprise.

Tableau 7. Résultats selon la tranche d'âge des sujets

Tranche d'âge	Indices statistiques	BP	CS	SF	RE
20-29 ans	Moyenne	3,11	3,23	3,14	3,29
	Ecart-type	0,28	0,22	0,35	0,26
30-39 ans	Moyenne	3,18	3,23	3,16	3,26
	Ecart-type	0,24	0,29	0,20	0,25
40-49 ans	Moyenne	3,08	3,13	3,04	3,24
	Ecart-type	0,29	0,28	0,29	0,27
50-59 ans	Moyenne	3,23	3,12	3,03	3,16
	Ecart-type	0,35	0,20	0,25	0,35
60 ans et plus	Moyenne	3,30	3,19	3,21	3,31
	Ecart-type	0,34	0,50	0,23	0,22

Du tableau 7, il ressort que les sujets âgés de 60 ans ont, à première vue, des notes numériquement supérieures à celles d'autres sujets au niveau des besoins psychologiques, de savoir-faire et de la rentabilité espérée comme facteurs explicatifs de la création d'entreprise. Par contre, les sujets âgés d'au plus 39 ans ont, à première vue, des notes numériquement supérieures à celles d'autres sujets au niveau de la contribution à la société comme facteur explicatif de la création d'entreprise.

Tableau 8. Résultats selon le niveau d'études des sujets

Niveau d'études	Indices statistiques	BP	CS	SF	RE
Diplômés d'état	Moyenne	3,38	3,39	3,25	3,27
	Ecart-type	0,25	0,27	0,20	0,30
Gradués	Moyenne	3,02	3,35	3,00	3,48
	Ecart-type	0,47	0,20	0,48	0,30
Licenciés	Moyenne	3,19	3,22	3,14	3,29
	Ecart-type	0,32	0,24	0,26	0,26
Diplômés d'études approfondies	Moyenne	3,13	3,15	3,11	3,21
	Ecart-type	0,28	0,31	0,28	0,26

La lecture du tableau 7 indique que les diplômés d'état ont des notes numériquement supérieures à celles d'autres sujets au niveau des besoins psychologiques, de la contribution à la société et de savoir-faire comme facteurs explicatifs de la création d'entreprise. Par contre, les gradués semblent avoir des notes numériquement supérieures à celles d'autres sujets au niveau de la rentabilité espérée comme facteur explicatif de la création d'entreprise.

Tableau 9. Résultats selon la variable parent entrepreneur

Parent entrepreneur	Indices statistiques	BP	CS	SF	RE
Oui	Moyenne	3,14	3,21	3,18	3,30
	Ecart-type	0,28	0,24	0,26	0,27
Non	Moyenne	3,16	3,19	3,08	3,22
	Ecart-type	0,32	0,31	0,29	0,27

La lecture du tableau 9 révèle que les sujets dont les parents ne sont pas entrepreneurs ont des notes numériquement supérieures à celles d'autres sujets au niveau des besoins psychologiques comme facteurs explicatifs de la création d'entreprise. Par contre, les sujets ayant des parents entrepreneurs ont des notes, numériquement, supérieures à celles d'autres sujets au niveau de la contribution à la société, de savoir-faire et de la rentabilité espérée comme facteurs explicatifs de la création d'entreprise.

Tableau 10. Résultats selon les communes d'implantation de la petite entreprise

Commune	Indices statistiques	BP	CS	SF	RE
Limete	Moyenne	3,45	3,46	3,35	3,37
	Ecart-type	0,33	0,46	0,21	0,02
Lemba	Moyenne	3,40	3,45	3,03	3,08
	Ecart-type	0,51	0,56	0,22	0,30
Kisenso	Moyenne	3,34	3,38	3,22	3,21
	Ecart-type	0,33	0,55	0,07	0,04
Matete	Moyenne	3,39	3,33	3,14	3,12
	Ecart-type	0,57	0,07	0,34	0,37

Il ressort du tableau 10 que les sujets de la commune de Limete ont des notes numériquement supérieures à celles d'autres sujets au niveau de différentes dimensions des motivations entrepreneuriales.

3.3. ANALYSE DIFFÉRENTIELLE DES RÉSULTATS

L'objectif de cette analyse est de tester l'effet des variables sociodémographiques de l'étude (sexe, tranche d'âge, niveau d'études, parent entrepreneur et commune d'implantation de la petite unité) sur les différentes motivations entrepreneuriales des sujets de l'étude. Conformément aux normes statistiques, il est recommandé de tester l'allure d'une distribution avant de pouvoir tester l'effet d'une variable sur une dimension. Ce test permet de déterminer la nature des tests statistiques à utiliser (Enguta, 2020). Les résultats se rapportant au test de Kolmogorov-Smirnov relatifs à l'étude de la normalité des distributions révèlent que les différentes distributions sous-étude sont normales (BP: $p < 0,16 >> 0,05$; CS: $p < 0,55 >> 0,05$; SF: $p < 0,61 >> 0,05$; RE: $p < 0,38 >> 0,05$).

Etant donné que les distributions des résultats se présentent sous la forme de la courbe normale, nous recourons à deux tests paramétriques dans cette analyse différentielle. Il s'agit du test t de Student et de l'analyse de la variance. Le test t de Student est utilisé pour tester l'influence des variables sexe et parent entrepreneur sur les motivations entrepreneuriales des sujets. Nous recourons à l'analyse de la variance (ANOVA) pour tester l'influence des variables tranche d'âge, niveau d'études et commune d'implantation sur les résultats de l'étude.

3.3.1. EFFET DU SEXE SUR LES MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES

Tableau 11. Influence du sexe sur les résultats de l'étude

Notes	Test d'égalité des moyennes		Décision
	t	Sig.	
Besoins psychologiques	0,99	0,32	N.S.
Contribution à la société	-0,42	0,67	N.S.
Savoir-faire	1,04	0,29	N.S.
Rentabilité espérée	-0,62	0,53	N.S.

Légende: t: t de Student, Sig.: signification, N.S.: non-significative.

On constate de la lecture du tableau 11 que la variable sexe n'influence pas les différentes motivations entrepreneuriales des sujets de notre étude étant donné que toutes les probabilités y associées sont de loin supérieures à la probabilité critique (0,05).

Tableau 12. *Influence de la variable parent entrepreneur sur les résultats de l'étude*

Notes	Test d'égalité des moyennes		Décision
	t	Sig.	
Besoins psychologiques	-0,30	0,76	N.S.
Contribution à la société	0,33	0,74	N.S.
Savoir-faire	1,51	0,13	N.S.
Rentabilité espérée	1,41	0,16	N.S.

La lecture du tableau 12 indique que la variable parent entrepreneur n'a pas influencé les différentes motivations entrepreneuriales des sujets de notre étude car les différentes probabilités y associées sont supérieures à la probabilité critique (0,05).

3.3.2. EFFET DE LA TRANCHE D'ÂGE SUR LES MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES

Tableau 13. *Influence de la tranche d'âge sur les résultats de l'étude*

Notes	Sources de variations	SC	CM	F	Sig	Décision
Besoins psychologiques	Inter-groupe	0,40	0,08	0,82	0,53	Non signif.
	Intra-groupe	8,20	0,09			
	Total	8,60				
Contribution à la société	Inter-groupe	0,22	0,04	0,51	0,76	Non signif.
	Intra-groupe	7,39	0,08			
	Total	7,62				
Savoir-faire	Inter-groupe	0,35	0,07	0,86	0,51	Non signif.
	Intra-groupe	6,96	0,08			
	Total	7,32				
Rentabilité espérée	Inter-groupe	0,20	0,04	0,53	0,75	Non signif.
	Intra-groupe	6,51	0,07			
	Total	6,72				

Légende: SC: sommes de carrés, CM: carré moyen, F: f de Snédecor, Sig: probabilité associée, Non signif.: non significative.

La lecture du tableau 13 révèle que la variable tranche d'âge n'a pas influencé les motivations entrepreneuriales des sujets de notre étude étant donné que toutes les probabilités y associées sont supérieures à la probabilité critique (0,05).

3.3.3. EFFET DU NIVEAU D'ÉTUDES SUR LES MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES

Tableau 14. *Influence du niveau d'études sur les résultats de l'étude*

Notes	Sources de variations	SC	CM	F	Sig	Décision
Besoins psychologiques	Inter-groupe	0,44	0,14	1,57	0,20	Non signif.
	Intra-groupe	8,15	0,09			
	Total	8,60				
Contribution à la société	Inter-groupe	0,48	0,16	1,93	0,13	Non signif.
	Intra-groupe	7,14	0,08			
	Total	7,62				
Savoir-faire	Inter-groupe	0,19	0,06	0,76	0,51	Non signif.
	Intra-groupe	7,13	0,08			
	Total	7,32				
Rentabilité Espérée	Inter-groupe	0,37	0,12	1,69	0,17	Non signif.
	Intra-groupe	6,34	0,07			
	Total	6,72				

Du tableau 14, il ressort que le niveau d'études des sujets de notre étude n'a pas permis de les différencier du point de vue de leurs motivations entrepreneuriales. Cette conclusion se justifie par le fait que les probabilités y associées sont de loin supérieures à la probabilité critique (0,05).

3.3.4. EFFET DE LA COMMUNE D'IMPLANTATION DE LA PETITE ENTREPRISE SUR LES MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES

Tableau 15. Influence de la commune d'implantation de l'activité sur les résultats de l'étude

Notes	Sources de variations	SC	CM	F	Sig	Décision
Besoins psychologiques	Inter-groupe	0,26	0,09	0,30	0,82	Non Signif.
	Intra-groupe	33,80	0,29			
	Total	34,07				
Contribution à la société	Inter-groupe	0,39	0,13	0,33	0,84	Non Signif.
	Intra-groupe	49,52	0,43			
	Total	49,92				
Savoir-faire	Inter-groupe	1,12	0,37	1,29	0,28	Non Signif.
	Intra-groupe	32,95	0,28			
	Total	34,07				
Rentabilité Espérée	Inter-groupe	0,52	0,17	0,40	0,75	Non Signif.
	Intra-groupe	44,39	0,43			
	Total	49,92				

Du tableau n° 15, il ressort que la variable commune d'implantation de la petite et moyenne entreprise n'a pas influencé les différentes motivations entrepreneuriales des sujets de l'étude. Cette conclusion se justifie par le fait que toutes les probabilités y associées sont supérieures à la probabilité critique (0,05).

3.4. DISCUSSION DES RÉSULTATS

Les résultats de notre étude révèlent que les besoins psychologiques, la rentabilité espérée, la contribution à la société et le savoir-faire sont des facteurs ayant motivé les sujets de notre étude à se lancer dans les petites et moyennes entreprises. Ces résultats rejoignent aussi ceux de Brouillard (2005) et de Ngoma (2019) où il a été constaté que la rentabilité espérée, la contribution à la société, le savoir-faire et les besoins psychologiques sont les facteurs les plus explicatifs de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs du Québec et de ceux de la Ville de Kinshasa (commune de Lemba). En ce qui concerne les besoins psychologiques, les besoins les plus évoqués par les sujets de l'étude sont le besoin d'autonomie et d'indépendance (86,3%), la confiance en soi (82,9%) et le sentiment de contrôle de la destinée (82,1%). Au niveau de la contribution à la société, le souci d'être important sur le plan économique dans la société (81,9%), le souci de faire partie de l'élite de la communauté (81,8%) et la tendance à vouloir contribuer au développement de la communauté (79,5%) sont les motivations les plus évoquées par les sujets de notre étude dans leurs initiatives de création des unités de production.

En ce qui concerne le savoir-faire, la possibilité d'utiliser le savoir-faire (83,9%), l'aptitude à bien utiliser le fond pour exécuter le projet entrepreneurial (82,4%) et le cheminement de carrière (81,6%) sont les motivations les plus évoquées par nos sujets. Enfin, au niveau de la rentabilité espérée, les avantages financiers personnels apparaissent comme la première motivation qui ont poussé les sujets de l'étude à se lancer dans la création de petites et moyennes entreprises (87,4%). En comparant les différents besoins psychologiques, il ressort que le besoin d'indépendance et d'autonomie est le besoin le plus explicatif de la création d'entreprise chez les sujets de notre étude. Ces résultats remettent en question ceux de Ngoma (2019) où le sentiment de contrôle de la destinée a été identifié comme le besoin psychologique le plus explicatif de la création d'entreprise chez les entrepreneurs de la commune de Lemba. Ces résultats remettent en question les résultats de plusieurs études (Brouillard, 2005; Madické, 2012; Estay, 2016) où le besoin d'accomplissement est considéré comme le facteur le plus explicatif de la création d'entreprises.

La comparaison des moyennes de différentes dimensions des motivations entrepreneuriales révèle que la moyenne de la rentabilité espérée est statistiquement supérieure à celles d'autres dimensions. La première position occupée par la rentabilité espérée nous paraît logique à cause du contexte de paupérisation dans lequel les congolais vivent. Ainsi, dans une situation de pauvreté, l'objectif de toute création d'entreprise est premièrement de faire des profits financiers pouvant permettre aux entrepreneurs de pouvoir satisfaire les différents besoins primaires. La contribution à la société, les besoins psychologiques et le savoir-faire ne peuvent qu'être des motivations secondaires.

Ces résultats vont de pair avec ceux de Ngoma (2019) où il a été constaté la prédominance de la rentabilité espérée comme facteur explicatif de l'acte entrepreneurial chez les entrepreneurs de la Commune de Lemba. Ces résultats remettent en question ceux de Brouillard (2005) où il a été démontré que la contribution à la société est le facteur le plus explicatif de la création d'entreprise au Québec. Cette différence peut s'expliquer par le fait que le contexte économique de la République Démocratique du Congo est totalement différent de celui du Canada. D'ailleurs, Filion (1997) cite l'entourage parmi les déterminants de la création d'entreprise.

L'analyse différentielle a révélé qu'aucune variable de l'étude n'a influencé les motivations entrepreneuriales des sujets de l'étude. La non-influence de la variable sexe sur les motivations entrepreneuriales remet en question les résultats de l'étude de Boissin (Cité par Ngoma, 2019) selon lesquels les motivations entrepreneuriales varient considérablement selon le sexe des sujets. Ces mêmes résultats réconfortent ceux de Kudiakusika (2018) où aucune différence significative des motivations entrepreneuriales n'a été constatée selon le sexe. En ce qui concerne la tranche d'âge, son manque d'influence constaté remet en question les conclusions de Roger, Creed et Lan Glendon (2008) selon lesquelles les sujets plus âgés ont un plus grand désir d'entreprendre que les étudiants plus jeunes. Ces mêmes résultats rejoignent ceux de Madické (2012) où aucune variabilité des motivations entrepreneuriales n'a été constatée selon la tranche d'âge. La non-influence du niveau d'études sur les motivations entrepreneuriales des sujets de notre étude remet en question la pensée populaire selon laquelle les sujets ayant un bas niveau d'études sont plus entreprenants par rapport à ceux ayant un niveau d'études très avancé. D'ailleurs, cette pensée populaire se justifie par le fait que les sujets ayant un niveau d'études élevé sont plus à la recherche des travaux correspondant à leur qualification contrairement aux sujets ayant un faible niveau qui se lancent facilement dans la création de petites unités de production.

La non-influence de la variable parent entrepreneur sur les motivations entrepreneuriales des sujets de l'étude remet en question les conclusions des études de Modjumbu (2016) et Kakenza (2017) où il a été constaté que la présence d'un parent entrepreneur influe sur l'intention entrepreneuriale des enfants. En plus, la conclusion de Filion (1997) selon laquelle la présence de modèles entrepreneuriaux dans l'entourage a une influence sur les intentions et les comportements entrepreneuriaux des individus est également remise en question. La non-influence de la variable commune d'implantation remet en question la conclusion de Modjumbu (2016) et Kakenza (2017) où il a été constaté que les motivations entrepreneuriales varient selon les communes d'implantation des activités des entrepreneurs.

4. CONCLUSION

La présente étude a évalué les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs (créateurs de petites et moyennes d'emploi) de la ville de Kinshasa. L'étude a porté sur un échantillon de 380 entrepreneurs de quatre communes de la Ville de Kinshasa (Limete, Lemba, Kisenso et Matete). Les résultats de l'étude ont révélé que les besoins psychologiques, la rentabilité espérée, le savoir-faire et la contribution à la société sont les motivations qui ont poussé les entrepreneurs à se lancer dans l'entrepreneuriat. Les résultats de l'étude indiquent que la rentabilité espérée est le facteur motivationnel le plus prédominant chez les sujets de l'étude.

REFERENCES

- [1] Ngub'usim Mpey Nka, R. (2014). Problématique de l'adéquation formation-emploi. Congo-Afrique. 485. 303-312.
- [2] Verstraete, T. (2000). Les universités et l'entrepreneuriat. Document de travail. Université de Lille. Lille.
- [3] Commission Européenne (2008). L'esprit d'entreprise dans l'enseignement supérieur. Rapport du groupe d'experts pour le compte de la direction générale Industrie et Entreprise.
- [4] Créa Business Idea (2012). Manuel de créativité en entreprise. Madrid: Editions de l'union européenne.
- [5] Bécard, F. (2011). Panorama national de l'enseignement de l'entrepreneuriat-innovation et de l'entrepreneuriat étudiant. Rapport de la conférence de grandes écoles de Troyes.
- [6] Kudiakusika Kapomba, G. (2018). Analyse des difficultés rencontrées par les créateurs de Petites et Moyennes Entreprises de la Commune de Lemba. Travail de fin de cycle de graduat en gestion des entreprises et organisation du travail non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [7] Mathodi, L. (2003). Le rôle de petites et moyennes entreprises (PME) /industriel (PMI) dans la réduction de la pauvreté à Kinshasa: cas de la commune de Masina. Mémoire de licence en sciences économiques non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [8] Tshikanda, N. (2010). Analyse des causes de contre-performance des PME congolaise: cas de la commune de Lemba. Mémoire de licence en sciences économiques non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [9] Ngoy Amba, A.C. (2015). Evaluation de la pratique de la gestion des ressources humaines dans les petites et moyennes entreprises congolaises de Kinshasa. Mémoire de D.E.S. en sciences psychologiques non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [10] Smida, A. & Khelil, N. (2010). Repenser l'échec entrepreneurial des petites entreprises émergentes: proposition d'une typologie basée sur une approche intégrative. Revue internationale PME. 23. (2). 65-106.
- [11] Aldrich, H.E. & Martinez, M.A. (2001). Many are called but a few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice. 25 (4). 41-56.
- [12] Brush, C.G., Manolova, T.S. & Edelman, L.F. (2008). Properties of emerging organizationsan empirical test. Journal of Business venturing. 23.5. 547-566.

- [13] Hansen, E.L. (1995). Entrepreneurial networks and new organization growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 19 (4). 7-19.
- [14] Valeau, P. (2006). L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute. *Revue de l'entrepreneuriat*. 5 (1). 31-57.
- [15] Cooper A.C. & Artz, W.A. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*. 10. (6). 439-457.
- [16] Cannon, M. & Edmondson, A.C. (2001). Confronting failure: antecedents and consequences of shared beliefs about failure in organizational work groups. *Journal of organizational Behaviour*. 22 (2). 161-177.
- [17] Jennings, P.L. & Beavers, G. (1995). The managerial dimension of small business failure. *Journal of strategic change*. 4. (4). 185-200.
- [18] Murphy, G.B. & Callaway, S.K. (2004). Doing well and happy about it? Explaining variance in entrepreneur's stated satisfaction with performance. *New England Journal of Entrepreneurship*. 7. (2). 15-27.
- [19] Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. Rent IX Conference, Workshop in Entrepreneurship research. Piacenza. Italie. 23-24 novembre.
- [20] Madicke, D. (2012). La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone. Thèse de doctorat en sciences de gestion. Bordeaux Management School. Bordeaux.
- [21] Brouillard, F. (2005). Facteurs de motivation à démarrer une entreprise en abitibi-témiscamingue. Mémoire de maîtrise en gestion des organisations. Université du Québec à Chicoutimi. Chicoutimi.
- [22] Kakenza Kitumba, G. (2017). Profil entrepreneurial des étudiants initiés et non-initiés aux méthodes de créativité et les innovations. Mémoire de D.E.S. en sciences psychologiques non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [23] Enguta Mwenzi, J. (2020). Evaluation de l'effet de l'enseignement universitaire sur les aptitudes intellectuelles, la créativité et les traits de personnalité des étudiants finalistes des universités de la ville de Kinshasa. Thèse de doctorat en sciences psychologiques non publiée. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [24] Ngoma Muila, P. (2019). Analyse des motivations entrepreneuriales des créateurs de PME de la Commune de Lemba. Travail de fin de cycle de graduat en gestion des entreprises et organisation du travail non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- [25] Estay, C., Durrieu, F. & Madické P. D. (2011). Motivation entrepreneuriale et logique d'action du créateur. *Revue internationale PME: économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*. 24 (1). 135-165.
- [26] Fillion, L-J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. *Revue Internationale PME*. 10. (2). 130-172.
- [27] Rogers, M. E., Creed, P. A. & Lan Glendon, A. (2008). The role of personality in adolescent career planning and exploration: A social cognitive perspective. *Journal of Vocational Behavior*. 73 (1). 132-142.
- [28] Modjumbu Liyanza, K. (2016). Analyse exploratoire des attitudes des étudiants de l'Université de Kinshasa face à l'entrepreneuriat. Mémoire de D.E.S. en sciences psychologiques non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.