

« FACTEURS DETERMINANTS L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE CHEZ LES FEMMES EN SITUATION DE RUPTURE D'UNION CONJUGALE A KASONGO DANS LA PROVINCE DU MANIEMA (R.D.C) ».

¹KIMBA FATUMA Antoinette

¹Chef de Travaux à l'Université de Kindu

Corresponding Author:

To Cite This Article : « FACTEURS DETERMINANTS L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE CHEZ LES FEMMES EN SITUATION DE RUPTURE D'UNION CONJUGALE A KASONGO DANS LA PROVINCE DU MANIEMA (R.D.C) ». (K. F. Antoinette, Trans.). (2026). *Journal of Advance Research in Social Science and Humanities* (ISSN 2208-2387), 12(4), 58-68. <https://doi.org/10.61841/nn-ssh-12-4-68>

RESUME

L'objectif est d'analyser les principaux facteurs déterminants l'intention d'entreprendre une activité génératrice de revenu comme piste de solution des femmes en situation de rupture d'union conjugale dans le territoire de Kasongo au Maniema en RDC. La problématique de notre recherche s'articule autour de la question suivante : Quels sont les facteurs déterminants l'intention d'entreprendre des femmes en situation de rupture d'union conjugale dans le territoire de Kasongo ? Cet article aborde cette problématique à travers une enquête menée auprès de 201 Femmes en situation de rupture d'union conjugale dans le territoire de Kasongo en adoptant l'approche hypothético-déductive qui correspond mieux à cette étude. Il ressort de cette étude que 89,55% des femmes enquêtes ont l'intention d'entreprendre. D'après les résultats obtenus, la recherche d'autonomie et le besoin d'accomplissement soit 88,56% sont les facteurs déterminants l'intention d'entreprendre chez les femmes en situation de rupture d'union conjugale qui vivent difficilement car elles sont généralement plus vulnérables.

MOTS CLES: *Entrepreneuriat, Intention Entrepreneuriale, Creation D'entreprise, Femme, Rupture Conjugale*

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme un enjeu majeur à travers le monde. L'ensemble des avantages qu'il génère montre essentiellement l'intérêt élevé qu'il suscite. Toutefois, au-delà de sa contribution dans la création de valeur, d'emploi, dans l'innovation et d'avantage multiples du tissu économique, l'entrepreneuriat est intimement lié à la culture prévalant dans des sociétés qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et précisément dans la création d'entreprises des sources de satisfaction.

L'entrepreneuriat est considéré comme un processus dynamique et complexe. Il est la résultante de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné (Tounès, 2007, P. 74). La création d'entreprise constitue la manifestation la plus visible de l'entrepreneuriat. Elle se décline par quatre phases : la propension, l'intention, la décision et l'acte d'entreprendre.

La création d'entreprise est un phénomène complexe pouvant être abordé sous plusieurs aspects. Dans notre cas, nous nous intéressons d'abord la phase amont de la création, et plus précisément, l'intention entrepreneuriale. Hernandez (2001) note que l'intention ou la volonté est le premier élément nécessaire pour créer une entreprise. Elle reflète les objectifs des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir. En effet, l'intention, au cœur du processus entrepreneurial (Bird, 1988), présente un intérêt particulier pour comprendre le cheminement qui mène à l'acte d'entreprendre. Et il est donc stratégique de chercher à mieux cerner la phase amont de la création d'entreprise qui est l'intention.

Dès lors, La problématique abordée dans cette dissertation est la suivante : **Quels sont les facteurs déterminants l'intention entrepreneuriale des femmes en situation de rupture d'union conjugale dans le territoire de Kasongo ?**

L'objectif de cette étude est d'analyser les principaux facteurs déterminants l'intention des femmes en situation de rupture d'union conjugale de s'inscrire dans une activité entrepreneuriale comme piste de solution pour subvenir à leurs besoins après la rupture de leur union conjugale.

Hormis l'introduction et la conclusion, cette recherche s'articule autour de quatre points. Le premier est consacré à la revue de littérature ; le deuxième traite l'approche méthodologique ; le troisième présente les résultats de cette étude et enfin le quatrième abordera la discussion des résultats.

REVUE DE LITTÉRATURE

Le champ de l'entrepreneuriat s'est aujourd'hui solidement établi au sein du monde académique ; il est au centre des préoccupations d'une importante communauté scientifique (Acs et Audretsch, 2003). Néanmoins, la définition précise de l'entrepreneuriat reste encore largement débattue. Dans un essai de définition, Anderson (2002) conclut qu'il est impossible de s'accorder sur une définition précise de l'entrepreneuriat. Nous donnerons des éléments de définition de l'entrepreneuriat en présentant les paradigmes auxquels peuvent être rattachées les différentes définitions, ainsi que les concepts centraux communs à celles-ci. Nous nous intéressons ensuite au caractère interdisciplinaire de l'entrepreneuriat qui permet de mieux comprendre la prolifération des définitions.

PARADIGMES

Fayolle et Verstraete (2005) pensent également que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et hétérogène pour se limiter à une seule définition. Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensées ou paradigmes.

A. L'OPPORTUNITÉ D'AFFAIRES

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman, 2000). Elle y associe parfois d'autres notions, telles que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celles-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent

B. LA CRÉATION D'UNE ORGANISATION

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes (Gatner, 1990). La notion d'organisation ne s'y réduit pas à celle d'entreprise.

C. LA CRÉATION DE LA VALEUR

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme phénomène ou un processus créant de la valeur (Ronstadt, 1984 ; Bruyat et Julien, 2001), qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance peuvent être rattachées à ce paradigme.

L'INNOVATION

Dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (Julien et Marchesnay, 1996 ; Drucker, 1985). Pour Carland et al (1984), l'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires – dirigeants de PME. L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (nouveaux produit ou services, nouvelles sources de matières premières, de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelles organisations, ...), mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat.

Il est donc important de souligner que les auteurs qui s'inscrivent dans l'un ou l'autre courant de pensée concilient souvent plusieurs paradigmes en les associant à leur définition. Pour retenir une définition de l'entrepreneuriat, il est donc utile de s'inscrire dans une vision globalisante qui tienne compte des différents paradigmes cités plus haut.

Depuis le milieu de la décennie 1990, les recherches entrepreneuriales portent un intérêt plus important aux individus en devenir au sein du processus entrepreneurial. L'étude de l'intention entrepreneuriale enrichit la compréhension de ce dernier (Tounès, 2006).

La littérature sur l'entrepreneuriat recensées pendant ces dernières décennies (Tounès, 2006 ; Boissin et al, 2008 ; Lina et Yi-Wen, 2008 ; Fayolle et Gailly, 2009 ; Teulon et al, 2012 ; Maalej, 2013 ; Bassem et Younes, 2013 ; Farouk et Boudabous, 2014 ; Koubaa et Sahid, 2015 ; Mahmoudi et Boukrif, 2016 ; Fietze et Boyd, 2016 ; Hillarion et Yeo, 2017 ; Tchagang et Tchankan, 2018 ; Zineeladine et al, 2022 ; ect). Tous ces auteurs s'intéressent à l'intention entrepreneuriale et partagent l'idée selon laquelle le passage à l'acte de la création d'une nouvelle entreprise est précédée par une intention de se lancer dans une affaire. La plupart de ces recherches en entrepreneuriat, se sont basées sur une conception multidimensionnelle du phénomène entrepreneuriale et ont exploité à la fois apports des recherches antérieures.

CONCEPTS CENTRAUX

Il est utile ici de cerner la compréhension de certains concepts et termes importants liés à l'entrepreneuriat. Il s'agit de :

A. ENTREPRENEURIAT : ELEMENTS DE DEFINITION

La définition de l'entrepreneuriat consiste à la création d'entreprises ; comme le souligne Verstraete cité par Matouk Belattaf, dans sa définition « l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion » (Verstraete et Fayolle, 2005, p.37). La création d'entreprise est devenue aujourd'hui la clé de développement et de croissance.

PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE (PME)

Assurément, dans le jargon économique, il n'existe pas de définition universelle à la petite et moyenne entreprise. Toutefois, les critères de classement changent d'un secteur à l'autre, d'une économie à l'autre et d'un pays à l'autre. Il arrive souvent que cette catégorie d'entreprise soit définie différemment dans des économies développées et pour les mêmes secteurs d'activités. Généralement, toutes les définitions rencontrées tentent de combiner des composantes économiques, financières, juridiques et sociales pour le classement des entreprises. Devant cette hétérogénéité de définitions, les chercheurs adoptent souvent deux axes d'analyses : l'aspect quantitatif et l'aspect qualitatif.

ASPECT QUANTITATIF

Les critères quantitatifs les plus utilisés sont le nombre des employés travaillant dans la PME, le chiffre d'affaires ainsi que l'ensemble d'actifs détenus par l'entreprise. Ces trois critères permettent de distinguer les très petites entreprises, les petites entreprises ainsi que les moyennes entreprises.

Adoptant les mêmes critères, les définitions issues de différents pays tentent de définir la PME, en adoptant des définitions plus ou moins adaptées au contexte socio-économico-juridique du pays respectif. Ainsi par exemple,

En France, on distingue les très petites entreprises (TPE) ou micro-entreprises de moins de 10 salariés, les petites et moyennes entreprises (PME) de 10 à 250 salariés.

Au Canada, selon la confédération générale des petites et moyennes entreprises, les PME se répartissent de la façon suivante : les petites entreprises sont celles qui regroupent de 5 à 50 salariés, les moyennes entreprises se définissent de façon variable suivant le pays et le secteur d'activité, avec un maximum généralement fixé à 500 salariés.

Une tentative de définition de la PME/PMI par les consultants de l'UEMOA (Union Economique Monétaire Ouest Africain), dont le Mali est membre donne les repères suivants : le nombre de salariés compris entre 5 à 250 personnes ; un chiffre d'affaire annuel allant de 50 millions à 2milliards de francs CFA.

En République Démocratique du Congo (RDC), les PME dépendent du Ministère des PME et Artisanat en RDC. D'après ce ministère, « une PME est toute unité économique dont les actions se situent dans le secteur formel ou informel, utilisant les matières premières locales créant des emplois (2 à 100 personnes) et ouverte à la décentralisation » (Makunza, 1996).

Au-delà des critères quantitatifs, l'entrepreneuriat peut également avoir une conception plus utilisée dans la dimension qualitative.

ASPECTS QUALITATIFS

L'hétérogénéité de critères quantitatifs appelle l'usage de critères qualitatifs plus intégrateurs et plus globalisants. En effet, l'approche qualitative rejoint plus la réalité socio-économique par son caractère descriptif. Les différentes définitions qualitatives de la PME/PMI mettent toutes, l'accent à de degrés divers, sur les éléments distinctifs et caractéristiques d'une entreprise de petite et moyenne dimension. Il s'agit par exemple de l'aspect humain lié à l'entreprise. Cette dimension humaine liée à la personnalité de la gestion de la PME/PMI est certes l'élément qui transcende l'ensemble des définitions données de ce type d'entreprise. Cette constante a été très tôt mise en évidence par les premières études réalisées à ce propos.

En RDC, la définition qualitative de la PME fait ressortir l'importance capitale du dirigeant-créditeur. En effet, d'après la définition légale telle qu'énoncée par la loi n° 73-011 du 5 janvier 1973, instituant l'OPEC, les PME sont « les entreprises agricoles, commerciales, industrielles et services qui sont la propriété des personnes physiques ou morales de nationalité congolaise ou de société au capital détenu en majorité des personnes physiques ou morales de nationalité congolaise dans lesquelles toutes les fonctions de gestion c'est-à-dire administration, finances, production, commercialisation, approvisionnement, sont exercées par le chef d'entreprise » (Mukunza, 1996).

L'organisation des nations unies pour le développement et l'organisation industrielle estime que la définition de la PME diverge selon les pays et le temps. Cette organisation conseille au pays de tenir compte des critères qualitatifs et quantitatifs lorsqu'ils doivent définir la PME. Dans cette optique, cette organisation fournit une définition qualitative de la PME en la comparant à la grande entreprise.

B. ENTREPRENEUR : SES CARACTERISTIQUES ET SES INNOVATIONS

Le terme « entrepreneur » est souvent utilisé pour représenter des réalités fort différentes les unes des autres (le patron d'un bar ou le dirigeant d'une entreprise de haute technologie, le fondateur d'une association caritative ou l'héritier d'une vieille entreprise familiale). Que signifie-t-il exactement ? Les entrepreneurs sont-ils tous motivés par des objectifs similaires ? Les qualités de l'entrepreneur sont-elles innées ?

Le terme « entrepreneur » remonte à la fin du 17ème siècle (Verin, 1982), époque à laquelle il paraît dans la langue française, pour être repris tard dans la langue anglaise. Le terme a fait l'objet d'une multitude de définitions. En effet, les chercheurs qui se sont intéressés à l'entrepreneur sont issus de nombreuses disciplines différentes et les définitions données au terme sont également tributaires des prémisses de la discipline dont issu le chercheur.

Historiquement, on peut distinguer deux grandes approches de l'entrepreneur : l'approche fonctionnelle et l'approche indicative (Casson, 1982). La première définit l'entrepreneur au travers de sa fonction (ce qu'il fait). La seconde l'appréhende au travers de ses caractéristiques (ce qu'il est). Cette distinction correspond également aux grands courants qui se sont intéressés à l'entrepreneur : l'économie pour l'approche fonctionnelle et l'école de traits pour l'approche indicative. Dès les 18 et 19ème siècles, certaines théories (Say, 1841 ; Cantillon, 1755) ont mis en exergue l'importance de l'entrepreneur pour l'économie en général, notamment sur base de son rôle dans le processus de production.

Aujourd'hui, les qualités entrepreneuriales ne sont plus vues comme exclusivement innées ; on considère qu'elles peuvent également être acquises. Telle est d'ailleurs la question que l'on retrouve en filigrane des différentes approches de l'entrepreneuriat depuis les travaux de Say jusqu'à nos jours : l'entrepreneuriat est-il inné ou acquis ?

La section suivante tentera d'y répondre, elle ébauchera également les objectifs des recherches actuelles sur l'entrepreneur. Avant d'aborder ces points, on s'interrogera sur ses motivations, motivations qui permettent notamment de comprendre pourquoi le concept est complexe et multiforme. Cette complexité a conduit certains auteurs à proposer des typologies entrepreneuriales.

MOTIVATIONS ET TYPOLOGIES DE L'ENTREPRENEUR

Devenir le chef d'une entreprise rentable est certes la garantie d'un revenu intéressant, mais bien souvent, ce n'est pas la motivation première de l'entrepreneur. Les entrepreneurs poursuivent fréquemment des objectifs non lucratifs, tels que la satisfaction psychologique d'être son propre patron. L'indépendance professionnelle et /ou financière, se trouvent souvent parmi les motivations des entrepreneurs.

A côté de l'objectif d'autonomie, il existe une multitude d'autres. On peut citer, par exemple, la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille, le désir de réaliser des produits de qualité, la créativité, le pouvoir, le statut, la réalisation individuelle, la pérennité de l'entreprise, etc.

Les motivations de l'entrepreneur peuvent être regroupées sous deux catégories génériques : les motivations de type « pull », qui sont des facteurs intrinsèques que l'entrepreneur contrôle, et les motivations de type « push » qui sont des facteurs extrinsèques sur lesquels le dirigeant n'a que peu d'emprise.

Pour Johnson et Darnell (1976), la création de nouvelles entreprises implique un déplacement d'individus salariés ou sans emploi vers le statut de travailleur indépendant. Une telle décision est prise lorsque les bénéfices nets monétaires et non monétaires résultant du statut d'indépendant excèdent ceux qui sont obtenus en gardant un statut de salarié ou de sans emploi.

Depuis les travaux du Global Entrepreneurship Monitor, la distinction push-pull a cédé la place aux concepts « d'entrepreneur de nécessité » et « l'entrepreneur d'opportunité » (Pull). Cette dichotomie est toutefois quelque peu réductrice et, fréquemment, nécessité et opportunité se mêlent et se complètent pour constituer des motivations complexes et hybrides.

CARACTERISTIQUES DE L'ENTREPRENEUR

De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale.

- CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES

Certaines recherches se sont penchées sur le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu, comme l'âge, la profession, la taille de ménage ou l'état civil, et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de la carrière. L'âge est par exemple, généralement associé à un comportement plus conservateur poussant les individus à privilégier des objectifs de sécurité salariale et professionnelle. Les femmes qui se lancent dans une carrière d'indépendance, par exemple, seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de barrières liées à l'éducation, à la pression familiale et à l'environnement professionnel.

- CARACTERISTIQUES PSYCHOLOGIQUES

L'étude des traits a principalement pour objet de déterminer ce qui conduit une personne à s'engager dans une activité entrepreneuriale et, par conséquent ; s'identifier les caractéristiques psychologiques permettant de prédire ce comportement entrepreneurial. Ces études ont notamment porté sur les traits suivants : le besoin d'accomplissement, la prise des risques, l'esprit inventif, la recherche d'autonomie, le lieu de contrôle du destin et la confiance de soi.

Ces traits ne soient pas propres aux entrepreneurs. Il s'agit plutôt de caractéristiques communes aux individus à succès qu'ils soient entrepreneurs, managers ou autre chose (Boyd et Vozikis, 1994).

C. L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

L'intention permet de prédire les comportements. Comprendre ce processus permet d'identifier les facteurs qui motivent l'engagement d'un individu dans le processus entrepreneurial bien avant de rechercher une opportunité ou de décider quel type d'activité lancer. L'intention entrepreneuriale permettra d'expliquer les facteurs personnels et situationnels qui interviennent dans le processus de décision d'entreprendre où l'on accorde un intérêt croissant aux attitudes, aptitudes et perceptions.

L'intention entrepreneuriale est définie selon Crant (1996) par les jugements de l'individu sur la probabilité de créer sa propre entreprise. Pour Bruyat (1993), l'intention entrepreneuriale est une volonté. Bird (1988 et 1992) la définit aussi comme une volonté individuelle, une liberté, un état de l'esprit qui oriente l'attention, et par conséquent, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique dans le but d'accomplir une mission : créer une entreprise, décision de croissance et de changement. Bird (1988), tout comme Krueger et Carsrud (1993), considère l'intention comme un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu. L'intention structure et guide l'action (Bird, 1988 et 1992 ; Krueger et al, 2000). Elle est une volonté personnelle, mais elle dépend aussi des variables contextuelles (Versalainen et Pihkala, 1999), cités par Matouk Belattaf et Nacera Nasroun.

Les intentions traduisent une véritable motivation, et aussi une tension psychologique orientée vers l'action, qui sont celles de créer ou de reprendre une entreprise. Ajzen écrit à ce sujet que « les intentions sont des indicateurs de la volonté à essayer, de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon » (Ajzen, 1991, p. 181). Ce qui semble donc caractériser l'intention, c'est la propension à faire basculer un individu dans le concret et donc à provoquer l'action en transformant les intentions en décision d'action.

D. MODELISATION DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

Dans la littérature entrepreneuriale, plusieurs recherches et études académiques portant sur l'intention entrepreneuriale ont été mobilisées afin d'analyser les facteurs explicatifs de l'émergence de l'idée de création de l'entreprise.

1) La théorie de Shapero et Sokol

Shapero et Sokol (1982) proposent deux variables explicatives de la crédibilité de l'acte de création ou intention :

- **Perceptions de la désirabilité** : ces perceptions de la désirabilité trouvent ses sources dans le système de valeurs des individus (culture, famille et entourage...ect.) et les facteurs individuels, tels que les caractéristiques, les connaissances et les compétences.
- **Perceptions de la faisabilité** : la mobilisation des ressources et les moyens nécessaires à la création d'entreprise qui peuvent être générées par l'entourage de l'entrepreneur.

2) La théorie du comportement planifié d'Ajzen

Ajzen (1991) distingue trois variables explicatives de l'intention et les attachées aux croyances individuelles appréhendées comme une combinaison de facteurs personnels et contextuels :

- **Les attitudes associées au comportement** : Connaissance des attitudes d'un individu envers une personne ou un objet permet de prédire son comportement (Gergen et al., 1992). L'attitude oriente l'individu vers le comportement souhaité en guidant son action (Vallerand, 1994 : 332). Les intentions entrepreneuriales sont mieux saisies par le biais d'attitudes spécifiques. Celles-ci se manifestent par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire et la recherche d'informations en vue de mieux les formaliser.
- **Les normes subjectives** : Pour Vallerand (1994), ces normes sont des attentes concernant le comportement à adopter au cours d'un processus de socialisation. Ces normes désignent l'effet des comportements des proches en tant que source d'influence sur nos propres comportements (Gergen et al., 1992 : 288). Plus ces normes sociales sont favorables, plus l'intention de la personne de s'engager dans le comportement devrait être élevée.

Selon Ajzen (1991), si l'individu tient à agir conformément à son groupe de référence, cela aura un effet positif sur l'intention comportementale. Contrairement, si l'individu refuse de se conformer à son groupe de référence, cela affectera négativement sur l'intention comportementale.

Dans le cadre des femmes en situation de rupture d'union conjugale, ces normes se traduisent en besoin d'accomplissement, recherche d'autonomie, motivation de se conformer aux attentes de la famille, en propension à la prise de risque et en vœu d'imiter des modèles d'entrepreneur (Tounes, 2006).

- **Le contrôle perçu du comportement** : les perceptions du contrôle comportemental impliquent la connaissance de l'individu, ses propres aptitudes et les moyens susceptibles de concrétiser le comportement désiré.

E. LES FACTEURS STIMULANT L'ESPRIT D'ENTREPRISE

L'exploration de la littérature existante en général sur l'intention entrepreneuriale et particulièrement la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1999), nous a permis d'identifier les facteurs pouvant influencer l'intention des femmes de choisir l'entrepreneuriat comme carrière professionnelle ou non. Les différents facteurs selon la théorie de Shapero & Sokol et la théorie du comportement planifié d'Ajzen expliquées ci-haut sont :

- L'INFLUENCE DE L'ENVIRONNEMENT

Certains facteurs exogènes peuvent favoriser l'apparition et le développement de comportements entrepreneuriaux : l'environnement socioculturel, le contexte familial, l'expérience ou le milieu professionnel, le système éducatif.

L'environnement socioculturel joue un rôle primordial dans l'émergence des comportements entrepreneuriaux. Dès les années 1930, Max Weber, considérait que le système de valeur mise en place dans une société était fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs.

Par ailleurs, les relations sociales, les croyances religieuses, l'évolution politique, sont autant des facteurs qui conditionnent la démarche entrepreneuriale. Cette influence du milieu socioculturel permet d'expliquer pourquoi certaines régions voient naître plus de vocations entrepreneuriales que d'autres ou pourquoi le système éducatif et la presse d'un pays sont plus ou moins perméables à l'entrepreneuriat.

- LE COMPORTEMENT ENTREPRENEURIAL EST-IL INNE OU ACQUIS ?

L'inné se réfère au bagage génétique de l'individu, tandis que l'acquis renvoie aux facteurs psychosociaux ou environnementaux. En d'autres termes, l'acquis est le résultat de l'expérience, de l'apprentissage individuel, de la faculté de raisonnement, du vécu émotionnel et des perceptions (cognition). En entrepreneuriat, la question de l'inné ou de

l'acquis reviendrait ainsi à savoir si le comportement entrepreneurial est le résultat d'un héritage génétique ou s'il est plutôt lié à des facteurs psychosociaux ou environnementaux.

F. RUPTURE CONJUGALE

Une rupture conjugale est un processus social par lequel qui désigne la division qui se produit entre deux personnes formant un couple particulier qui étaient unis par le mariage. Elle peut prendre plusieurs formes : tels que le divorce, le décès ou l'abandon.

APPROCHES METHODOLOGIQUES

Nous avons fait recours à l'approche hypothético-déductive en adoptant pour l'échantillonnage aléatoire, celle qui correspond mieux à notre étude. Cette méthode consiste à extraire l'échantillon sur base de certaines commodités du chercheur.

POPULATION D'ETUDE

Notre population d'étude est constituée de toutes les femmes ayant connues une rupture d'union conjugale dans leur vie, estimées à 201 femmes dans le territoire de Kasongo, Province du Maniema en RDC

DESCRIPTION DE L'ECHANTILLON

Pour orienter notre recherche, nous avons adopté la méthode d'échantillonnage aléatoire, celle qui correspond mieux à notre étude. Il s'agit de l'échantillonnage occasionnelle qui consiste à extraire l'échantillon sur base de certaines commodités du chercheur. Pour ce faire, nous avons enquêté 201 femmes en situation de rupture d'union conjugale qui étaient disponible à répondre à nos questions élaborées en questionnaire relatives à notre recherche. Ici nous nous appuyons sur les enquêtes conduites. Il a donc fallu construire des échantillons spécifiques à Kasongo. Pour y arriver, nous nous sommes appuyés sur un échantillon des femmes répudiés et autres sortes de rupture (divorce, décès, abandon, ...). Toutes ces femmes, qu'elles soient celles ayant une activité rémunératrice de revenu ou celles n'ayant aucune source de revenu, vivent soit d'un divorce, d'un veuvage ou d'un abandon. Une fois ces femmes retrouvées et identifiées, elles ont été interviewées sur leurs itinéraires conjugaux, sociaux, économiques et professionnels pendant et après le mariage ainsi que de ce qui devrait être pour mieux se positionner.

Divorcées	Veuves	Abandonnées
120	48	33

INSTRUMENT DE RECHERCHE

Toutes les rencontres avec les sujets ont été effectuées sur une base individuelle. En tant que chercheuse, nous nous sommes assurées que toutes les mêmes instructions par rapport aux instruments de mesure. Tout en prenant bien garde de ne pas les influencer, nous posions les questions et notions les réponses des sujets, car cette façon de faire était beaucoup moins fatigante pour la clientèle. Le processus de collecte des données n'est échelonné sur une période de près dix mois, car le recrutement des participantes s'est avéré assez long.

DIFFICULTES

Le cas de réticences étant très élevées, il a fallu à un moment donné, nous arrêter et nous limité aux nombres que nous avons atteints. Cet échantillon tiré à partir d'une base de sondages spécifiques, concerne essentiellement des femmes du territoire de Kasongo.

PRESENTATION DE RESULTATS

Dans ce point, nous allons présenter, analyser et interpréter les données statistiques issues de l'enquête.

La collecte de données sur terrain moyennant les formulaires de données sociodémographiques et comportementales de sujets, la collecte de données sur terrain nous a permis de constituer une base des données importante nécessitant un traitement, une analyse et une interprétation profonde afin de mieux expliquer le phénomène sous examen grâce au logiciel SPSS.

CARACTERISTIQUES SOCIODEMOGRAPHIQUES DE FEMMES EN SITUATION DE RUPTURE D'UNION CONJUGALE

Les caractéristiques personnelles révèlent que le profil de ces femmes a été identifié par les éléments suivants : l'âge, le niveau d'instruction, le statut matrimonial, la profession, la taille de ménage...etc.

Tableau n° 1: L'âge

Age	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
19 à 28 ans	15	7,46
29 à 38 ans	48	23,88
39 à 48 ans	75	37,31
49 à 58 ans	54	26,87
Plus de 58 ans	9	4,48
TOTAL	201	100

Source : Données collectées

Les caractéristiques personnelles révèlent que dans l'échantillon total (N=201), presque 88,05 % des sujets sont dans la tranche d'âge de 29 à 58 ans et c'est la tranche d'âge favorable à l'entrepreneuriat. Notons que l'âge de sujets suit une courbe de distribution normale.

Tableau n° 2: Le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Non instruite	72	35,82
Primaire	69	34,33
Secondaire	42	20,90
Professionnel	12	5,97
Universitaire	6	2,98
TOTAL	201	100

Source : Données collectées.

En ce qui a trait au niveau d'instruction, permet de dire que le niveau requis Primaire et secondaire représente 55,22%

Tableau n° 3: La profession

Profession	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Chômeur	137	68,16
Agent de l'Etat	15	7,46
Agent du secteur privé	3	1,49
Entrepreneur	46	22,89
TOTAL	201	100

Source : Données collectées

En ce qui concerne la profession des répondantes, 68,16% sont chômeurs et vivent une situation catastrophique. Et elles ont le désir de créer une entreprise.

Tableau n° 4: Le statut matrimonial

Statut matrimonial	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Divorcées	120	59,7
Veuves	48	23,88
Abandonnées	33	16,42
TOTAL	201	100

Source : données collectées

Nous constatons dans ce tableau que la totalité soit 100% des femmes vivent seules, en raison d'un divorce, d'un veuvage ou d'un abandon et plus de 90% sont disposées à l'entrepreneuriat

Tableau n° 5: La taille de ménage

Taille de ménage	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
1 Personne	0	-
1 à 5 Personnes	78	38,81
6 à 10 Personnes	99	49,25
11 à 15 Personnes	24	11,94
Plus de 15 Personnes	0	-
TOTAL	201	100

Source : Données collectées

Plus le ménage est grand plus les femmes affichent un comportement à créer une entreprise.

CARACTERISTIQUES SOCIO-COMPORTEMENTALES ET ENTREPRENEURIALES DE FEMMES EN SITUATION DE RUPTURE DE L'UNION CONJUGALE EN GROUPE (N=201)

Outre les données sociodémographiques, les sujets rapportent d'autres caractéristiques socio-comportementales afin de les aider à composer avec l'intention d'entreprendre pour résoudre le problème de vulnérabilité qui les accable après la rupture de leur union conjugale. A l'égard des activités génératrices de revenu ont une situation un peu privilégiée.

Tableau n° 6: Intention de création d'entreprise

Intention de créer	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Très improbable	0	-
Improbable	18	8,95
Probable	96	47,76
Très probable	87	43,29
TOTAL	201	100

Source : Données collectées

L'intention probables de création d'une entreprise est de 91,05% considèrent l'entrepreneuriat une voie alternative à leur situation.

Tableau n° 7: L'entourage

Influence de l'entourage	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Très défavorable	5	2,49
Défavorable	16	7,96
Favorable	117	58,21
Très favorable	63	31,34
TOTAL	201	100

L'entourage favorise la création d'une entreprise à 89,55% car, il a une grande influence favorable sur l'entourage pour la création d'une entreprise.

Tableau n° 4.8: Intention d'entreprendre

Déterminants	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Recherche d'autonomie	113	56,22
Besoin d'accomplissement	51	25,37
Prise de risque	9	4,48
Motivation à se conformer aux attentes de la famille et proches	17	8,46
Existence de modèles entrepreneurs	11	5,47
TOTAL	201	100

Source : Données collectées

81,59% se résument dans la recherche d'autonomie et le besoin d'accomplissement représentent les déterminants l'intention d'entreprendre.

Tableau n° 4.9: Comportement

Attitudes	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Existence d'une idée ou d'un projet (Oui/Non)	42	20,90
Recherche d'information (Oui/Non)	23	11,44
Accès au financement (Oui/Non)	136	67,66
TOTAL	201	100

Source : Données recueillies

Les attitudes associées au comportement pour créer une entreprise sont l'existence de l'idée et le financement qui représentent 88,56%

Tableau n° 4.10: Perception comportementale

Perception	Fréquence absolue (n)	Fréquence relative (%)
Enseignement spécifique	122	60,70
Expérience antérieure	21	10,45
Vie associative	58	28,85
TOTAL	201	100

Source : enquête sur terrain

Ce tableau renseigne que plus la moitié des enquêtées insiste sur la nécessité de formations spécifiques à la création des entreprises par les apprentissages ainsi que de sensibilisation à travers les associations sans but lucratif.

CONCLUSION

Cette recherche avait comme objectif d'évaluer les principaux facteurs déterminants l'intention d'entreprendre une activité génératrice de revenu comme piste de solution des femmes en situation de rupture d'union conjugale dans le territoire de Kasongo au Maniema en RDC.

La problématique de notre recherche s'articule autour de la question suivante : Quels sont les facteurs déterminants l'intention d'entreprendre des femmes en situation de rupture d'union conjugale dans le territoire de Kasongo ?

Les résultats trouvés montrent que 89,55% des femmes enquêtées ont l'intention d'entreprendre. D'après les résultats obtenus, la majorité des femmes ont déclaré qu'il y a les obstacles liés principalement au manque d'information sur les dispositifs d'appui à la création d'entreprise et l'absence des entités d'accompagnement sans négliger l'accès limité au financement. Nos enquêtées insistent sur la nécessité de mettre en place par les entités associatives des programmes de formations spécifiques à la création d'entreprise par les ateliers et les sensibilisations.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, organizational behavior and human decision processes, 50, 179-211.
2. Bird, B.J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas : The case for intention, academy of management review, 13(3), 442-453.
3. Bird, B.J. (1992). The operation of intentions in time : The Emergence of the new venture, entrepreneurship theory and practice, 17(1), Fall, 11-20.
4. Boissin, J.P. & Younes, (2013). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique. Management, 12(1), 28-51.
5. Boissin, J.P. & al (2008). Etudiants et entrepreneuriat. Etude France-Belgique. Congrès International Francophone en entrepreneuriat et PME.
6. BOUKRIF, M. (2016). La création d'entreprise comme voie d'insertion professionnelle chez les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur en Algérie : Analyse de l'intention entrepreneuriale par l'approche PLS Mourad MAHMOUDI Doctorant en économie et Gestion.
7. Bruyat, C. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès-France (Grenoble 2).
8. Crant, J.M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions, journal of small business management, 34(3), 42-49.
9. Carland et al, innovation de l'entrepreneuriat, 1984 ;
10. Fayolle et Verstraete, éléments de définition de l'entrepreneuriat selon les paradigmes, 2005, p. 37 ;
11. Farouk, A. & Boudabous, S. (2014). The influence of individual factors on the entrepreneurial intention. International Journal of Managing Value and Supply Chains, 5(4), 47.

12. Fayolle, A., & Gailly, B. (2009). Evaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédisposition et impact sur l'intention d'entreprendre. *Management*, 12(3), 176-203.
13. Fietze, S. & Boyd, B. (2016). Entrepreneurial intention of Danish students : a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
14. Hillarion, B. & Yeo (2017). Education à l'Entrepreneuriat et Propension à Entreprendre en Contexte de Formation Professionnelle en Côte d'Ivoire, *European Scientific Journal ESJ*.
15. Krueger, N.F. & Carsrud, A.L. (1993). Entrepreneurial intentions : Applying the theory of planned behavior, entrepreneurship and regional development, 5, 315-330.
16. Koubaa, S. & Sahid, A. (2015). L'intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc : une analyse PLS de la méthode des équations structurelles. *Actes du 11^{ème}*.
17. Matouk Belattaf et Nacera Nasroun, *Entrepreneuriat et création d'entreprise*, Université de Béjaia
18. Maalej. A. (2013). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *La Revue Gestion et Organisation*, 5(1), 33-39.
19. Shane et Venkataraman, Définition de l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter, 2000 ;
20. Hernandez, E.M. (2001), *L'entrepreneuriat : approche théorique*, Paris : L'Harmattan.
21. Tchagan E. & Tchankam J.P. (2018). Les antécédents sociodémographiques de l'intention entrepreneuriale des étudiants : le rôle médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale, *une Association de Recherches et Publications en Management « Gestion 2000 » 2018/1 Volume 35 ; pages 21 à 46.*
22. Tounès, A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La revue des sciences de gestion*, 3(219), 57-65.
23. Tounes, A. (2003, décembre). L'intention entrepreneuriale, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen.
24. Versalainen, J. & Pihkala, T. (1999). Motivation structure and entrepreneurial intentions, in *frontiers of entrepreneurship research*, Babson college.
25. Verstraete, T. & Fayolle, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat, *Revue de l'entrepreneuriat*, 4(1).
26. ZINEELABIDINE, M. & al (2022), HASSAINATE, M. S., & HAMMOUCHI, M. S. (2018). L'intention entrepreneuriale : Revue de littérature & Thématiques d'analyses. *International Journal of Business & Econo*