

Adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale : niveau de connaissance, pratiques et perspectives

Kinshasa adolescents facing entrepreneurial culture: Knowledge, practices and perspectives

Julien TEKASALA NLANDU, (Enseignant-Chercheur)

Département des Sciences de Gestion

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion

Université de Kinshasa, RDC

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, B.P.812 Kinshasa/XI RDC +243 851 679 750
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude. Ils assument l'entière responsabilité de tout éventuel plagiat, de l'usage de l'intelligence artificielle dans la rédaction, ainsi que des résultats présentés dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	TEKASALA NLANDU, J. (2026). Adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale : niveau de connaissance, pratiques et perspectives. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 7(10), 742–753. https://doi.org/10.5281/zenodo.22252524
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 7, Issue 10 (2026)

Adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale : niveau de connaissance, pratiques et perspectives

Résumé

L'entrepreneuriat constitue un levier essentiel du développement économique et social, notamment dans les pays en développement comme la République Démocratique du Congo. Malgré l'intérêt croissant accordé à cette thématique, la culture entrepreneuriale des adolescents demeure encore peu étudiée dans le contexte RDCongolais alors que l'adolescence constitue un moment déterminant dans la construction des projets professionnels. Cette étude vise ainsi à analyser la situation des adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale. L'étude repose sur une approche quantitative menée auprès d'un échantillon de 400 adolescents scolarisés dans 20 établissements scolaires de la ville de Kinshasa. Les données recueillies ont été analysées à l'aide des statistiques descriptives complétée par une régression logistique binaire pénalisée de Firth. Les résultats révèlent que seuls 11 % d'adolescents enquêtés déclarent connaître l'entrepreneuriat, alors que 61 % exercent déjà une activité commerciale. Ce décalage met en évidence une faible connaissance formelle de l'entrepreneuriat malgré une participation relativement importante des adolescents aux activités génératrices de revenus. Enfin, l'analyse économétrique montre que l'âge, la promotion scolaire, le moyen de connaissance et l'exercice d'une activité commerciale ne sont pas significativement associés à la connaissance de l'entrepreneuriat, le modèle présentant un faible pouvoir explicatif (R^2 de Cox-Snell = 0,006 ; $p = 0,629$).

Mots clés : adolescents, culture entrepreneuriale

Classification JEL : L26, O16, J24

Type d'article: recherche empirique

Abstract

Entrepreneurship is an essential driver economic and social development, particularly in developing countries such as the Democratic Republic of the Congo. Despite the growing interest in this field, the entrepreneurial culture of adolescents remains largely underexplored in the Congolese context, even though adolescence represents a crucial period in the formation of career aspirations and professional projects. This study therefore aims to examine the situation of adolescents in Kinshasa with regard to entrepreneurial culture. The study adopts a quantitative approach based on a sample of 400 adolescents enrolled in 20 schools across the city of Kinshasa; The collected data were analyzed using descriptive statistics, complemented by Firth's penalized binary logistic regression. The findings reveal that only 11 % of the surveyed adolescents reported having knowledge of entrepreneurship, whereas 61 % were already engaged in commercial activities. This discrepancy highlights a limited formal understanding of entrepreneurship despite the relatively high participation of adolescents in income-generating activities. Finally, the econometric analysis shows that age, school grade, the source through which entrepreneurship was learned about, and engagement in commercial activities were not significantly associated with knowledge of entrepreneurship. The overall model also demonstrated very limited explanatory power (Cox-Snell $R^2=0.006$; $p=0.629$).

Keywords : adolescents, entrepreneurial culture

Classification JEL : L26, O16, J24

Article Type : empirical research

1. Introduction

La République Démocratique du Congo se trouve confrontée à un besoin impératif de renforcer son tissu entrepreneurial national, en vue d'une contribution de manière significative à la dynamique économique nationale. Cette nécessité s'inscrit dans une perspective de développement socio-économique global, où l'entrepreneuriat constitue un levier stratégique pour stimuler la croissance, accroître la productivité et améliorer le bien-être de la population. Dans ce contexte, la promotion d'une culture entrepreneuriale solide et l'accompagnement des jeunes talents représentent des enjeux cruciaux pour la consolidation d'un écosystème économique capable de répondre aux défis structurels du pays. Selon l'Organisation Mondiale de la Santé, OMS, l'adolescence désigne la période comprise entre 10 et 19 ans (Organisation Mondiale de la Santé, s.d.). Cette phase constitue une étape déterminante dans la construction des aspirations professionnelles, des valeurs et des compétences qui orienteront les choix futurs des individus. L'école apparaît ainsi comme un cadre privilégié pour sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat et favoriser l'émergence d'une culture entrepreneuriale. Cette dernière valorise les caractéristiques personnelles associées à l'entrepreneurship soit l'individualisme, la marginalité, le besoin de réalisation personnelle, la prise de risques, la confiance en soi et les habiletés sociales, qui valorise également le succès personnel tout en pardonnant l'échec, qui encourage la diversité et non l'uniformité et qui encourage le changement et non la stabilité (Johannisson, 1991). Toutefois, chez les adolescents encore en formation, cette notion ne peut être appréhendée directement à travers la création effective d'entreprises. Dans cette étude, la culture entrepreneuriale est abordée à travers l'une de ses dimensions fondamentales, à savoir la connaissance de l'entrepreneuriat, entendue comme le fait d'avoir déjà entendu parler de l'entrepreneuriat et d'en posséder des connaissances élémentaires. Cette connaissance constitue une première étape vers le développement de l'intention entrepreneuriale, c'est-à-dire la volonté d'entreprendre à l'avenir, puis à plus long terme, de l'aptitude entrepreneuriale, qui renvoie aux compétences nécessaires à la création et à la gestion d'une entreprise. Cependant, bien que l'entrepreneuriat chez les adolescents soit largement exploré dans les pays développés et émergents, il demeure peu documenté dans le contexte congolais. Cette insuffisance de recherche empirique limite la connaissance précise du niveau de familiarité des adolescents congolais avec l'entrepreneuriat, alors même que cette période constitue un moment déterminant dans la construction des projets professionnels. Cette lacune justifie la réalisation de cette recherche portant spécifiquement sur cette catégorie de la population. Face à cette lacune, la présente étude vise à analyser la situation des adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale, c'est-à-dire connaître si les adolescents Kinois connaissent l'entrepreneuriat. La question centrale de cette recherche se présente de la manière suivante : peut-on évaluer la situation des adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale ? De cette question centrale découle les questions spécifiques suivantes : quel est le niveau de connaissance de l'entrepreneuriat chez les adolescents Kinois ? Les adolescents Kinois sont-ils exposés à la culture entrepreneuriale ? La contribution de cette recherche est double. Sur le plan scientifique, elle enrichit la littérature théorique relative à l'entrepreneuriat chez les adolescents. Sur le plan managérial, elle servira de guide aux décideurs publics, aux responsables du système éducatif et les structures d'accompagnement des jeunes dans l'élaboration de politiques et de programmes favorisant la diffusion de la culture entrepreneuriale dès l'enseignement primaire et secondaire. L'article est organisé en six sections essentielles. La deuxième est consacrée à la revue de la littérature, la troisième à la méthodologie de recherche adoptée, la quatrième à la présentation des résultats, la cinquième à leur discussion et la sixième et dernière section est dédiée à la conclusion.

A travers ce travail, différentes hypothèses ont été testées à savoir :

- H1 : Les adolescents Kinois présentent une faible connaissance du concept entrepreneurial ;
- H2 : Les adolescents Kinois participent fréquemment à de petites activités commerciales sans les identifier comme des pratiques entrepreneuriales ;
- H3 : Plus les adolescents Kinois avancent en âge, moins ils ont d'occasions d'être exposés à l'entrepreneuriat ou d'en apprendre les bases.

2. Revue de littérature

La culture entrepreneuriale ne peut être étudiée sans faire référence à la pédagogie qui permet de la développer (Catherine L., 2008). L'acquisition de l'esprit entrepreneurial repose sur des processus d'apprentissage favorisant l'initiative, la créativité, la prise de décision et la résolution de problème. L'école constitue ainsi un cadre privilégié pour sensibiliser les adolescents aux valeurs entrepreneuriales à travers des approches pédagogiques actives, telles que les projets, les simulations ou les activités pratiques. Plus qu'une simple transmission, de connaissances, la pédagogie entrepreneuriale vise à développer des compétences, des attitudes et des comportements propices à l'entrepreneuriat. Elle contribue ainsi à préparer les élèves à identifier des opportunités, à mobiliser des ressources et à agir dans un environnement en constante évolution.

2.1. Revue de littérature théorique : une approche intégrée de la culture entrepreneuriale chez les adolescents.

L'analyse de la littérature montre que le développement de l'esprit entrepreneurial chez les adolescents ne peut être expliqué par une seule approche théorique. Les principales théories mobilisées mettent en évidence des dimensions complémentaires, individuelles, sociales, éducatives et institutionnelles dont l'articulation permet de mieux comprendre la formation des dispositions entrepreneuriales.

La théorie de l'apprentissage social considère que les comportements s'acquièrent principalement par l'observation, l'imitation et les interactions avec des modèles significatifs (Albert Bandura, 1977). Appliquée à l'entrepreneuriat, cette approche explique que les adolescents développent leurs premières représentations de l'activité entrepreneuriale au contact de leurs parents, enseignants, pairs ou figures communautaires. Elle met particulièrement en évidence le rôle de l'auto-efficacité entrepreneuriale, c'est-à-dire la croyance en sa capacité à entreprendre. Toutefois, cette théorie suppose l'existence de modèles entrepreneuriaux visibles et valorisés. Dans le contexte de la République Démocratique du Congo (RDC), où les entrepreneurs demeurent peu intégrés au système éducatif et où l'entrepreneuriat relève souvent de stratégies de survie, cette hypothèse apparaît partiellement limitée.

La théorie du capital humain (Becker, 1964) complète cette perspective en considérant que les compétences entrepreneuriales résultent d'investissements éducatifs et formatifs. L'école est ainsi envisagée comme un lieu privilégié de développement de compétences telles que la créativité, la résolution de problèmes ou la prise d'initiative. Cependant, cette théorie accorde une place relativement faible aux contraintes institutionnelles, aux normes sociales et aux inégalités d'accès aux ressources, pourtant particulièrement marquées dans les pays en développement.

Ces deux approches sont prolongées par les théories du développement cognitif de Jean Piaget et de la socioculture de Lev Vygotsky. Piaget insiste sur la maturation progressive des capacités cognitives, justifiant le recours à des méthodes pédagogiques actives (jeux entrepreneuriaux, projets, résolution de problèmes) adaptées au développement de l'enfant (Piaget J., 1970). Vygotsky apporte une dimension complémentaire en montrant que ces apprentissages sont profondément influencés par les interactions sociales, la culture et le langage. Son concept de

zone proximale de développement souligne l'importance d'un accompagnement progressif assuré par les adultes ou les pairs plus expérimentés (Vygotsky, L.S., 1978). Néanmoins, si Piaget privilégie les mécanismes individuels d'apprentissage et Vygotsky les interactions sociales, aucune de ces deux approches n'explique véritablement les conditions qui conduisent à la mise en œuvre effective d'un comportement entrepreneurial.

Cette limite est en partie dépassée par la théorie de l'intention entrepreneuriale selon laquelle l'acte d'entreprendre est précédé d'une intention influencée par trois facteurs à savoir les attitudes envers l'entrepreneuriat, les normes sociales perçues et le contrôle comportemental perçu (Ajzen, 1991). Cette théorie établit un lien entre facteurs individuels et environnement social. Toutefois, de nombreux travaux soulignent l'existence d'un écart important entre l'intention entrepreneuriale et le passage à l'action, particulièrement lorsque les contraintes économiques ou institutionnelles sont fortes.

La théorie de l'effectuation apporte une réponse à cette limite en considérant que l'entrepreneur construit progressivement son projet à partir des ressources dont il dispose plutôt qu'en suivant une planification rigide (Sarasvathy, 2001). Cette approche met l'accent sur l'expérimentation, l'apprentissage par l'action et l'adaptation à l'incertitude. Elle apparaît particulièrement pertinente pour comprendre les pratiques entrepreneuriales des adolescents et les contextes caractérisés par les fortes contraintes, comme celui de la République Démocratique du Congo. Toutefois, son intégration dans les programmes scolaires demeure encore limitée.

Enfin, la théorie contemporaine des traits entrepreneuriaux ne considère plus les caractéristiques entrepreneuriales comme uniquement innées, mais reconnaît qu'elles peuvent être développées grâce à l'éducation et à l'environnement. Cette évolution rapproche cette approche des théories précédentes, tout en laissant ouverte la question des mécanismes permettant de transformer ses dispositions en compartiments effectifs.

Ainsi, loin de s'opposer, ces différentes approches apparaissent complémentaires. Elles convergent vers l'idée que les dispositions entrepreneuriales résultent d'interactions entre trois dimensions principales dont une dimension individuelle regroupant les capacités cognitives, les attitudes, l'auto-efficacité et les intentions, une dimension sociale comprenant la famille, l'école, les pairs et les modèles entrepreneuriaux, une dimension institutionnelle correspondant au système éducatif, aux politiques publiques et au contexte socio-économique. En revanche, elles divergent quant au poids respectif accordé à chacune de ces dimensions et présentent un angle mort commun : peu d'études proposent une analyse intégrée de ces facteurs chez les adolescents africains, et plus particulièrement en République Démocratique du Congo. Cette lacune justifie l'élaboration d'un cadre conceptuel intégrant ces différentes dimensions afin d'analyser la formation des dispositions entrepreneuriales des adolescents Kinois.

2.2. Revue de littérature empirique et formalisation des hypothèses

Les recherches empiriques réalisées dans différents contextes mettent globalement en évidence l'importance d'une exposition précoce à l'entrepreneuriat, tout en révélant que son efficacité dépend fortement du contexte social, familial et institutionnel.

En Europe, plusieurs études montrent que l'éducation entrepreneuriale favorise l'auto-efficacité et l'intention entrepreneuriale sans toutefois faire l'unanimité. En Finlande, des auteurs démontrent que l'environnement familial et les activités extrascolaires influencent davantage le potentiel entrepreneurial que l'école, dont les effets peuvent parfois être limités, voire contre-productifs. Ces résultats invitent à relativiser le rôle exclusif attribué au système éducatif et soulignent l'importance de la socialisation entrepreneuriale (Raappana et Pihkala, 2024).

Les recherches africaines confirment également le rôle déterminant des facteurs sociaux. Au Bénin, il est démontré que le soutien social, les attitudes et l'auto-efficacité expliquent davantage l'intention entrepreneuriale que les seules connaissances acquises à l'école (Nonkoudje, 2023).

En République Démocratique du Congo, les études existantes mettent principalement en évidence les contraintes structurelles qui limitent le développement de la culture entrepreneuriale. Kahuisa souligne l'influence des normes socioculturelles (Kahuisa Makina, 2022) tandis que certains auteurs mettent en évidence les insuffisances du système éducatif dans la promotion de l'entrepreneuriat (Dzeka Kikouta Théophile et al., 2020). Manika montre que les activités entrepreneuriales demeurent essentiellement motivées par des logiques de survie économiques (Manika Manzongani, 2025).

Malgré ces contributions, la littérature présente deux limites majeures : premièrement, la majorité des recherches portent sur les étudiants universitaires ou les adultes, laissant peu de place aux adolescents alors que les travaux théoriques montrent que cette période est déterminante dans la construction des attitudes entrepreneuriales. Deuxièmement, de façon générale, les études analysent séparément les dimensions individuelles, familiales ou scolaires, sans proposer une approche intégrée de leurs interactions. La présente recherche entend répondre à cette double lacune en analysant simultanément le niveau de connaissance de l'entrepreneuriat, les expériences économiques précoces, l'exposition familiale et scolaire ainsi que les caractéristiques individuelles des adolescents congolais.

Sur cette base, les hypothèses sont formulées selon un raisonnement théorique et empirique :

- H1 : Les adolescents Kinois présentent une faible connaissance du concept entrepreneuriat ;
- H2 : Les adolescents Kinois participent fréquemment à de petites activités commerciales sans les identifier comme des pratiques entrepreneuriales ;
- H3 : Plus les adolescents Kinois avancent en âge, moins ils ont d'occasions d'être exposés à l'entrepreneuriat ou d'en apprendre les bases.

3. Méthodologie de recherche

L'étude adopte une approche quantitative fondée sur l'analyse de données primaires recueillies auprès d'adolescents Kinois scolarisés. Elle vise à mesurer leur niveau de connaissance de l'entrepreneuriat et à examiner l'influence de certaines caractéristiques sociodémographiques et comportementales sur cette connaissance.

La population d'étude est constituée d'adolescents scolarisés dans différents établissements d'enseignement de la ville province de Kinshasa. Un échantillon de 400 adolescents a été retenu pour l'analyse. Les données collectées portent notamment sur l'âge, la promotion scolaire fréquentée, le moyen par lequel les adolescents ont découvert l'entrepreneuriat et leur éventuelle participation à une activité commerciale.

Compte tenu des contraintes liées à l'accès au terrain et à la disponibilité des établissements scolaires et des élèves, l'étude a recouru à un échantillonnage de convenance. Cette méthode consiste à sélectionner les participants en fonction de leur accessibilité et de leur disponibilité au moment de l'enquête.

Toutefois, afin de réduire autant que possible le risque d'une forte concentration des observations dans un seul environnement scolaire, plusieurs établissements ont été retenus dans différentes zones de la ville province de Kinshasa. Au total 20 établissements scolaires ont participé à l'enquête. Leur sélection a reposé principalement sur les critères suivants : accessibilité de l'établissement, autorisation de la direction, présence de niveaux scolaires ciblés, disponibilité des élèves au moment de l'enquête.

La collecte a concerné les élèves appartenant aux niveaux scolaires suivants : 6^e année primaire, 8^e de l'Education de Base, 2^e et 3^e des humanités, toutes options confondues.

Il convient toutefois de souligner que le recours à un échantillonnage de convenance constitue une limite méthodologique. En effet, contrairement à un échantillonnage probabiliste, cette méthode ne garantit pas à chaque adolescent de la population cible une probabilité connue et

non nulle d'être sélectionné. Par conséquent, les résultats obtenus ne peuvent être généralisés à l'ensemble d'adolescents scolarisés de la République Démocratique du Congo sans précaution. Ils doivent principalement être interprétés comme des résultats décrivant les adolescents fréquentant les établissements de la ville province de Kinshasa. Cette limite n'enlève cependant pas l'intérêt de l'étude, notamment dans une perspective exploratoire visant à identifier les facteurs susceptibles d'être associés à la connaissance de l'entrepreneuriat chez les adolescents. Les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire structuré élaboré en fonction des objectifs et des variables retenues dans le cadre de l'étude. Le questionnaire comprend des questions portant notamment sur les caractéristiques sociodémographiques des participants, leur niveau scolaire, leur connaissance de l'entrepreneuriat, les sources par lesquelles ils ont découvert cette notion ainsi que leur éventuelle participation à une activité commerciale.

Avant son administration définitive, le questionnaire a fait l'objet d'un pré-test auprès de 70 adolescents, provenant de huit établissements qui n'ont pas été intégrés à l'échantillon final. Ce pré-test avait pour objectif de vérifier la clarté, la compréhension, la pertinence et la formulation des questions, ainsi que la durée nécessaire pour remplir le questionnaire. Les observations recueillies lors de cette phase ont permis d'apporter les ajustements nécessaires à la formulation et à l'organisation de certaines questions.

La validité de contenu de l'instrument a été appréciée à partir de la confrontation des questions avec les objectifs de l'étude et les différentes dimensions des variables analysées.

La variable dépendante de l'étude est connaître l'entrepreneuriat. Elle permet de déterminer si l'adolescent connaît ou non l'entrepreneuriat. Elle a été codée de manière binaire, c'est-à-dire, 0=ne connaît pas l'entrepreneuriat et 1=connaît l'entrepreneuriat.

Les variables explicatives retenues sont les suivantes : âge, promotion, moyen de connaissance et activité commerciale. La variable âge, permet d'identifier l'âge de l'adolescent. Elle distingue les adolescents âgés de 12 à 15 ans de ceux âgés de 16 à 19 ans. La variable promotion désigne la classe scolaire fréquentée par l'adolescent et permet de tenir compte de son niveau d'étude. Les niveaux ayant fait l'objet d'enquête sont : 6^e année primaire, 8^e Education de Base, deuxième et troisième des humanités toute option confondue. Le moyen de connaissance comme variable, désigne à son tour le canal par lequel l'adolescent a pris connaissance de l'entrepreneuriat notamment l'école, la famille ou toute autre source d'information. La variable activité commerciale, elle permet de déterminer si l'adolescent exerce ou non une activité commerciale.

La collecte de données a été réalisée dans les établissements scolaires sélectionnés après obtention de l'autorisation des responsables concernés. Avant l'administration du questionnaire, les objectifs de l'étude et les modalités de participation ont été expliqués aux personnes concernées.

Compte tenu du fait que la population étudiée soit composée d'adolescents, dont certains sont mineurs, des dispositions particulières ont été prises afin de respecter les principes éthiques applicables à la recherche impliquant des personnes mineures. La participation à l'enquête était volontaire et les participants pouvaient refuser de répondre ou interrompre leur participation à tout moment, sans conséquence sur leur situation scolaire. Lorsque cela était requis, le consentement du parent ou du tuteur légal ainsi que l'assentiment de l'adolescent ont été recueillis avant sa participation à l'enquête. L'autorisation des responsables des établissements scolaires a également été obtenue avant la collecte des données.

Aucune information permettant d'identifier directement les participants n'a été collectée dans la base de données. Les questionnaires ont été traités de manière confidentielle et les données ont été utilisées exclusivement à des fins scientifiques. Les résultats sont présentés sous une forme agrégée, de manière à préserver l'anonymat des participants et des établissements concernés.

Les données recueillies ont été analysées en deux principales étapes. Dans un premier temps, une analyse statistique descriptive a été réalisée afin de présenter les principales caractéristiques des adolescents enquêtés. Selon la nature des variables, les fréquences, les proportions, minimum, maximum, moyenne, médiane ainsi que les quartiles ont été utilisés. Cette première étape a notamment permis de déterminer la proportion d'adolescents connaissant l'entrepreneuriat, leur répartition selon la tranche d'âge et les promotions scolaires, les principaux canaux par lesquels ils ont découvert l'entrepreneuriat ainsi que leur éventuelle implication dans les activités commerciales. Dans un second temps, afin d'identifier les facteurs associés à la connaissance de l'entrepreneuriat chez les adolescents, une régression logistique binaire pénalisée de Firth a été utilisée.

Ce choix est approprié compte tenu du caractère dichotomique de la variable dépendante. La méthode de Firth permet notamment de réduire les biais d'estimation pouvant apparaître dans certaines situations de faible effectif ou de séparation des données. Le modèle de régression logistique peut être spécifié comme suit : $\text{Logit}(P_i) = \beta_0 + \beta_1 \text{AGE}_i + \beta_2 \text{PROMOTION}_i + \beta_3 \text{MOYEN}_i + \beta_4 \text{ACTIVITE}_i + \varepsilon_i$ où P_i représente la probabilité que le $i^{\text{ème}}$ adolescent connaisse l'entrepreneuriat, β_0 représente la constante du modèle, β_1 , β_2 , β_3 et β_4 représentent les coefficients associés respectivement à l'âge, à la promotion, au moyen de connaissance et à l'activité commerciale. Enfin, ε_i représente le terme d'erreur. L'ensemble des analyses statistiques a été effectuée à l'aide du logiciel RStudio.

Les coefficients estimés par la régression logistique ont été transformés en Odds Ratios (OR) afin de faciliter leur interprétation. L'Odds Ratios permet d'apprécier la variation des chances qu'un adolescent connaisse l'entrepreneuriat en fonction d'une variable explicative donnée. Ainsi, $\text{OR} > 1$ indique que la variable est associée à une augmentation de chances de connaître l'entrepreneuriat, $\text{OR} < 1$ indique, à l'inverse, une diminution de ces chances, tandis que $\text{OR} = 1$ traduit l'absence d'association entre la variable explicative et la probabilité étudiée. L'interprétation des Odds Ratios est complétée par leurs intervalles de confiance à 95 % (IC95 %).

La significativité individuelle des variables explicatives a été appréciée à partir de la p-value, avec un seuil de significativité fixé à 5 %. Lorsque $p < 0,05$, l'association entre la variable explicative et la connaissance de l'entrepreneuriat est considérée comme statistiquement significative. Lorsque $p \geq 0,05$, cette association est considérée comme statistiquement non significative.

L'intervalle de confiance à 95 % a également été pris en compte. Pour un Odds Ratio, lorsque l'intervalle de confiance contient la valeur 1, l'association est généralement considérée comme non statistiquement significative au seuil de 5 %.

Avant l'interprétation du modèle, la présence éventuelle d'une multicolinéarité entre les variables explicatives a été vérifiée à partir du Variance Inflation Factor (VIF). Une valeur de VIF inférieure à 5 est généralement considérée comme indiquant l'absence de problème important de multicolinéarité.

Dans la présente étude, les VIF obtenues varient entre 1,0147 et 1,8533. Ces résultats indiquent l'absence de multicolinéarité préoccupante entre l'âge, la promotion, le moyen de connaissance de l'entrepreneuriat et l'exercice d'une activité commerciale.

La significativité globale du modèle a été évaluée à l'aide du test du rapport de vraisemblance (Likelihood Ratio Test). Ce test permet de déterminer si, considérées conjointement, les variables explicatives améliorent significativement l'explication de la probabilité qu'un adolescent connaisse l'entrepreneuriat. Le modèle est considéré comme globalement significatif lorsque la p-value du test est inférieure à 0,05.

Enfin, le R^2 de Cox-Snell a été utilisé comme indicateur du pouvoir explicatif du modèle. Il permet d'apprécier dans quelle mesure les variables explicatives introduites dans le modèle contribuent à expliquer les variations de la variable dépendante.

4. Résultats

4.1. Statistiques descriptives

Tableau n° 1 : Statistiques descriptives

CONNAITRE	AGE	PROMOTION	MOYEN	ACTIVITE
Min. :0.00	Min. :0.00	Min. :0.0000	Min. :0.0	Min. :0.00
1st Qu. : 0.00	1st Qu. : 0.00	1st Qu. : 0.0000	1st Qu. : 0.0	1st Qu. : 0.00
Median :0.00	Median :0.00	Median :0.0000	Median :0.0	Median :1.00
Mean : 0.11	Mean : 0.41	Mean : 0.4825	Mean : 0.1	Mean : 0.61
3rd Qu. : 0.00	3rd Qu. : 1.00	3rd Qu. : 1.0000	3rd Qu. : 0.0	3rd Qu. : 1.00
Max. : 1.00	Max. : 1.00	Max. : 1.0000	Max. : 1.0	Max. : 1.00

Source : Auteur, à l'aide du logiciel Rstudio

Sur un échantillon total de 400 adolescents enquêtés, 44, soit 11 %, déclarent connaître l'entrepreneuriat, tandis que 356 adolescents, représentant 89 %, affirment ne pas en avoir connaissance. Sur l'ensemble d'enquêtés, 40 adolescents, soit 10 % indiquent être informés sur l'entrepreneuriat à l'école. Il s'agit précisément les élèves inscrits en troisième année des humanités commerciales. Les autres en sont informés à la maison, à l'église etc.

En ce qui concerne l'âge, sur les 400 adolescents enquêtés, 164, soit 41 %, sont âgés de 16 à 19 ans, tandis que 236, soit 59 %, sont âgés de 12 à 15 ans. Cette répartition montre que les adolescents de 12 à 15 ans constituent la majorité de l'échantillon.

S'agissant du niveau d'études, 193 adolescents, soit 48,25 %, fréquentent l'école primaire. Ceux-ci étaient exclusivement inscrits en sixième année au moment de l'enquête. En revanche, 207 adolescents, représentent 51,75 % de l'échantillon, fréquentent l'école secondaire. Ils sont répartis entre la huitième année de l'éducation de base ainsi que la deuxième et la troisième année des humanités, toutes options confondues.

Enfin, concernant l'exercice d'une activité commerciale, 61 % d'adolescents enquêtés déclarent exercer une activité commerciale. Ces résultats révèlent qu'une proportion importante d'adolescents est déjà impliquée dans des activités génératrices de revenus, malgré le faible niveau de connaissance déclaré de l'entrepreneuriat.

4.2. Analyse du modèle

OR = Odds ratio, IC95%)Intervalle de confiance à 95 %, Modèle estimé avec régression logistique pénalisée de Firth, n=400, LR $X^2(4) = 2.587$, R^2 Cox-snell = 0.006.

L'analyse a été réalisée sur un échantillon de 400 adolescents congolais à l'aide d'une régression logistique pénalisée de Firth. Les résultats montrent que les quatre variables introduites dans le modèle ne présentent pas d'association statistiquement significative avec la variable dépendante, au seuil de 5 %.

Concernant l'âge, le rapport de cotes est de 0,75(IC95 % : 0,37-1,52 ; p = 0,441). Cela signifie que l'âge des adolescents n'est pas significativement associé à la probabilité étudiée. Bien que l'OR inférieure à 1 suggère une relation négative, c'est-à-dire, les résultats indiquent que plus l'âge des adolescents Kinois avance, plus leur probabilité de connaître l'entrepreneuriat tend à diminuer.

Pour la promotion qui correspond à la classe fréquentée par les adolescents, l'OR est de 1,57 (IC95 % : 0,69-3,53 ; p = 0,297). Ce résultat suggère que la promotion fréquentée augmente les chances de connaître l'entrepreneuriat de l'ordre de 57 %. Toutefois, cette association n'est pas statistiquement significative. On ne peut donc pas affirmer, sur la base de ces résultats, que la promotion fréquentée influence significativement la variable dépendante.

Tableau n° 2 : Modèle de régression logistique

Coefficients (Intercept)	AGE	PROMOTION	MOYEN	ACTIVITE
-1.8703561	-0.2732948	0.4290931	-0.2468448	-0.4387591

Source : Auteur, à l'aide du logiciel Rstudio

Tableau n° 3 : Résultats de l'analyse du modèle

Variables	VIF	OR	IC95%	P-Value
AGE	1.1627	0.75	0.37-1.52	0.441
PROMOTION	1.7134	1.57	0.69-3.53	0.297
MOYEN	1.0147	0.68	0.20-2.19	0.666
ACTIVITE	1.8533	0.63	0.27-1.49	0.307
Modèle Global	-			0.629

Source : Auteur, à l'aide du logiciel Rstudio

Quant au moyen, lequel désigne le canal par lequel l'adolescent a connu l'entrepreneuriat, elle présente un OR de 0,68 (IC95 % : 0,20-2,19 ; $p = 0,666$). Ce résultat indique que le canal de découverte ou de connaissance de l'entrepreneuriat ne présente pas d'association statistiquement significative avec la variable étudiée.

Enfin, l'activité, laquelle permet de déterminer si les adolescents exercent ou non une activité commerciale, affiche un OR de 0,63 (IC95 % : 0,27-1,49 ; $p = 0,307$). Cette relation n'est pas statistiquement significative. Il n'est donc pas possible de conclure que l'exercice d'une activité commerciale constitue un facteur déterminant de la variable dépendante.

Pour ce qui est de la vérification de l'existence d'une éventuelle multicollinéarité entre les variables, les valeurs VIF sont comprises entre 1,0147 et 1,8533. Elles restent toutes inférieures au seuil de 5 généralement utilisé pour identifier un problème important de multicollinéarité. Les variables âge, promotion, moyen et activité ne présentent donc pas de problème préoccupant de corrélation entre elles. Les estimations du modèle peuvent ainsi être interprétées sans qu'un problème majeur de multicollinéarité soit identifié.

S'agissant de la significativité globale du modèle, le test global donne $LRX^2(4) = 2,587$, avec une p-value de 0,629. Puisque $0,629 > 0,05$, le modèle dans son ensemble n'est pas statistiquement significatif. Le R^2 de Cox-Snell = 0,006 indique également que le pouvoir explicatif du modèle est très faible. Les variables retenues expliquent donc une très faible proportion de la variation de la variable dépendante.

5. Discussion

Les résultats montrent que la connaissance de l'entrepreneuriat demeure très faible chez les adolescents de la ville province de Kinshasa. Seuls 11 % déclarent en avoir connaissance, malgré le fait que 61 % exercent déjà une activité commerciale. L'analyse économétrique révèle qu'aucune des variables étudiées à savoir l'âge, la promotion, le moyen de connaissance et l'activité commerciale n'est statistiquement associée à la connaissance de l'entrepreneuriat au seuil de 5 %. Le modèle global n'étant pas significatif ($p = 0,629$) et son pouvoir explicatif étant très faible (R^2 de Cox-Snell = 0,006), ces caractéristiques expliquent peu les différences observées dans la connaissance de l'entrepreneuriat. Les résultats valident dans l'ensemble les hypothèses de l'étude, de la première à la troisième hypothèse. Toutefois, les résultats obtenus ne peuvent être généralisés à l'ensemble d'adolescents scolarisés de la République Démocratique du Congo sans précaution.

Cette recherche servira de guide aux décideurs publics, aux responsables du système éducatif et aux structures d'accompagnement des jeunes, dans l'élaboration de politiques et de programmes favorisant la diffusion de la culture entrepreneuriale dès l'enseignement primaire et secondaire.

Ainsi, les résultats obtenus rejoignent les observations qui associent les activités entrepreneuriales en République Démocratique du Congo à des logiques de survie économique plutôt qu'à une culture entrepreneuriale structurée (Manika Manzongani, 2025). Par ailleurs, le constat selon lequel l'âge, la promotion, le moyen de connaissance et l'activité commerciale ne présentent aucune association statistiquement significative avec la connaissance de l'entrepreneuriat contraste avec les résultats de certains auteurs qui mettent en évidence l'importance de l'environnement familial, social et extrascolaire (Raappana et Pihkala, 2024 ; Nonkoudje, 2023). Les résultats obtenus confirment également les travaux qui soulèvent le poids des normes socioculturelles et les insuffisances du système éducatif (Kahuisa Makina, 2022 ; Dzeka Kikouta T. et al., 2020).

6. Conclusion

Cet article a porté sur les adolescents Kinois face à la culture entrepreneuriale : niveau de connaissance, pratiques et perspectives. Il a été question de mesurer le niveau de connaissance de l'entrepreneuriat chez les adolescents de la ville province de Kinshasa et d'examiner l'influence de certaines caractéristiques sociodémographiques et comportementales sur cette connaissance.

Les données recueillies ont été analysées en deux principales étapes. Dans un premier temps une analyse statistique descriptive a été réalisée, Dans un second temps, une régression logistique binaire pénalisée de Firth a été utilisée.

Les résultats montrent que la connaissance de l'entrepreneuriat demeure très faible chez les adolescents de la ville province de Kinshasa. Seuls 11 % déclarent en avoir connaissance, malgré le fait que 61 % exercent déjà une activité commerciale. L'analyse économétrique révèle qu'aucune des variables étudiées à savoir l'âge, la promotion, le moyen de connaissance et l'activité commerciale n'est statistiquement associée à la connaissance de l'entrepreneuriat au seuil de 5 %. Le modèle global n'étant pas significatif ($p = 0,629$) et son pouvoir explicatif étant très faible (R^2 de Cox-Snell = 0,006), ces caractéristiques expliquent peu les différences observées dans la connaissance de l'entrepreneuriat. Les adolescents Kinois souffrent donc d'un déficit important d'initiation et de préparation en entrepreneuriat dès le jeune âge.

La contribution de cette recherche est double. Sur le plan scientifique, elle enrichit la littérature théorique relative à l'entrepreneuriat chez les adolescents. Sur le plan managérial, elle servira de guide aux décideurs publics, aux responsables du système éducatif et les structures d'accompagnement des jeunes dans l'élaboration de politiques et de programmes favorisant la diffusion de la culture entrepreneuriale dès l'enseignement primaire et secondaire.

Toutefois, en raison de la limite méthodologique, les résultats obtenus ne peuvent être généralisés à l'ensemble d'adolescents scolarisés de la République Démocratique du Congo sans précaution. Ils doivent principalement être interprétés comme des résultats décrivant les adolescents fréquentant les établissements de la ville province de Kinshasa.

Les recherches futures gagneraient à s'inscrire dans une démarche longitudinale sur l'évolution de la culture entrepreneuriale et comparative entre province de la République Démocratique du Congo.

Références

- (1). Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- (2). Anu Raappana, Tino Pihkala (2024). Three explanations for the development of adolescents' entrepreneurial potential. *International Journal of Educational Research*, volume 123, 102272

- (3). Bandura, A. (1977). Social learning theory. Prentice-Hall
- (4). Becker, G. S. (1964). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education. National Bureau of Economic Research
- (5). Dzeka Kikouta T., Bitemo Ndiwulu,X., Kamavuako Diwavova, J., Makiese Ndoma F., Manika Manzongani, J. P., et Masamba Lulendo V., (2020). Culture entrepreneuriale des jeunes étudiants et rôle de l'enseignement supérieur en République du Congo et en République Démocratique du Congo, Montréal : Observatoire de la Francophonie économique, Rapport de Projet OFE-RP no.5 Septembre 2020
- (6). Johannisson B. (1991), University training for entrepreneurship : Swedish approaches, Entrepreneurship & Regional Development, 3(1), 67-82.
- (7). Kahuisa Makina, J. (2022), Socio-cultural barriers to youth entrepreneurship in Africa : A study of young Congolese graduates. International Journal of Management & Entrepreneurship Research, 4(2), 105-118
- (8). Léger-Jarniou, C. (2008). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes : Théorie(s) et pratique(s). Revue française de gestion, 34(185),161-174
- (9). Manika Manzongani, J. P. (2025), Culture entrepreneuriale et création d'entreprise chez les artisans congolais, Revue Internationale de la Recherche Scientifique, 3(3), 3034-3039.
- (10). Nonkoudje, S.G. (2023). Formation of entrepreneurial intention in young people. Role of psychological factors and social support. Journal of Academic Finance14(2), 65-78
- (11). Organisation Mondiale de la Santé (s.d.), Santé des adolescents, consulté le 2 Septembre 2026 à 7 heures 20'(<https://www.who.int/fr/health-topics/adolescent-health>)
- (12). Piaget, J. (1970). Psychologie et pédagogie. Denoel/Gonthier
- (13). Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. Academy of Management Review, 26(2), 243-263
- (14). Vygotsky, L.S. (1978). Mind in society: The development of higher psychological processes. Harvard University Press.