

# LE CAPITAL ET LE CHIFFRE D’AFFAIRE : SONT SYNONYMES OU DEUX CONCEPTS DIFFERENTS PAR L’ENTREPRENARIAT INFORMEL CONGOLAIS OU COMMERCANTS INFORMELS.

**Germain Elembo Mendo<sup>1\*</sup>, Gabriel Mobondo Mokili<sup>2</sup>,**

*<sup>1\*,2</sup>Tous Enseignants A L’isc-Boende/Tshuapa*

**\*Corresponding Author :**

---

Our research focuses on how Congolese entrepreneurs of small size or informal beginners digest the two concepts (capital and turnover).

Knowledge of products and services bet on the market, allows entrepreneurs to take advantage of the best sales conditions.

The belly is an art recognized for a long time, which gave rise to many analyzes, or studies. An effective salesperson (a company) is not only talented, it is someone who has a method in managing the interaction with customers In the analysis of its two concepts (capital and turnover) by Congolese informal entrepreneurs ; Our problem revolves around the following questions :

- Do Congolese informal entrepreneurs or informal traders know the difference between capital and turnover ?
- Is there a network or communication channel for informal traders to build their capacity.
- Do entrepreneurs have a level required to carry out the commercial activity ?

Considering the way in which the Congolese State does not manage to create jobs for the population and that unemployment at a higher level, and that survival poses a problem for Congolese daily newspapers ; we put forward the hypotheses according to which, informal merchants are unable to make the difference between capital and turnover, there is no network or communication circuit for their reinforcement of capacity, entrepreneurs have a level required.

Notre recherche, porte sur la manière dont les entrepreneurs congolais de petites tailles ou commençants informels digèrent les deux concepts (capital et le chiffre d’affaire).

La Connaissance des produits et services misent sur le marche, permet aux entrepreneurs de profiter des meilleurs conditions de vente.

La ventre est un art reconnu depuis longtemps, qui a donné lieu à de nombreuses analyses, ou études. Un vendeur (une entreprise) efficace n’est pas seulement doué, c’est quel qu’ un qui a une méthode dans la gestion de l’interaction avec les clients<sup>1</sup>

Dans l’analyse de ses deux concepts (capital et chiffre d’Affaire) par les entrepreneurs informels congolais ; Notre problématique tourne autour des questions suivantes:

- Les entrepreneurs informels congolais ou commerçants informels, savent il la différence qui existe entre le capital et le chiffre d’Affaire?
- Existe t - il un réseau ou un circuit communicatif aux commerçants informels pour le renforcement de leur capacité.
- Les entrepreneurs ont un niveau requis pour exercer l’activité commerciale ?

Considérant la manière dont l’Etat congolais n’arrive pas à créer les emplois pour la population et que le chômage à un niveau supérieur, et que la survie pose problème aux quotidiens congolais ; nous émettons les hypothèses selon lesquelles, les commerçants informels n’arrivent pas à faire le différence entre le capital et le chiffre d’affaire, il n’existe pas un réseau ou un circuit communicatif pour leur renforcement de capacité, les entrepreneurs ont un niveau requis.

## **I.1. DEFINITION DE QUELQUES CONCEPTS**

### **a) le capital :**

- Selon Wiktionnaire, le capital est la somme de richesse que possède un individu, une société, une nation. Ou encor c’est l’élément de patrimoine possédé par une personne physique ou morale, privée ou publique<sup>2</sup>.
- En finance : sommes en circulation, quantités considérables d’argent valeurs disponibles.
- En comptabilité : le capital est la valeur exprimée en unités monétaires des apports faits ou à effectuer lors de la création de l’entreprise au cours de son existence par :

---

<sup>1</sup> P .KOTLER ? Marketing Management, 13<sup>e</sup> Ed. Paris 2008.p.715

<sup>2</sup> WIKTIONNAIRE.CCBY-SA3.0

- a) Un commerçant, personne physique (appelée exploitant) dans une entreprise individuelle ; il est appelé capital personnel.
- b) Les associés, dans une société : il est appelé capital social<sup>3</sup>.

**b) LE CHIFFRE D’AFFAIRES**

- ✓ C’est le total des ventes de biens et de services facturés par une entreprise sur un exercice comptable, sur une période de temps déterminée. le montant du chiffre d’affaires n’est pas complètement révélateur de la santé des sociétés, même s’il peut donner une indication<sup>4</sup>.
- ✓ Nohmana Khalid, dans son livre intitulé Marchés publics stipule que le chiffre d’affaires, un mauvais indicateur des capacités financières d’une entreprise, dans Moniteur<sup>5</sup>.
- ✓ En comptabilité : le chiffre d’affaires est employé autant pour les entreprises commerciales que pour les entreprises industrielles. Il enregistre les ressources de l’entreprise provenant de la vente des marchandises, des travaux effectués et des services rendus à des tiers<sup>6</sup>.

**c) Entrepreneurs**

- ✓ En Economie : celui qui dirige une entreprise
- ✓ En travaux contractuels : celui qui fait un métier d’entrepreneur sur certains travaux, notamment de construction, au fourniture des marchandises, des services.

**c) Commerce :**

Trafic, négoce des Marchandises, d’argent en gros ou en détail (par extension, ensemble des commerçants et négociants c.à.d. leur Boutiques ou magasins).<sup>7</sup>

**d) Commerçant :**

Personne qui gagne sa vie en faisant le commerce. c.à.d. celui qui exerce des actes de commerce en font leur profession habituelle<sup>8</sup>

**e) Informel :**

Se dit de ce qui est réalité de façon spontanée, sans caractère officiel, sans règles préétablies.<sup>9</sup>

**I.2 DESCRIPTION DE LA POPULATION D’ETUDE**

Le Marché de Rond point Ngaba, dans le commerce Ngaba, ville de Kinshasa, constitue notre site de recherche enquêté 400 commerçants.

Pour être pratique nous avons subdivisé notre population d’étude en 4 groupes à savoir : les boutiquiers qui ne trouvent sur l’avenue université et By-pass, les vendeurs qui sont devant les boutiques et les magasins, les vendeurs des matériaux de constructions et des friperies, et en fin les vendeurs des poissons et des produits agricoles.

**I.2.1 PRESENTAION DE L’ETUDE**

Ce travail qui analyse la différence qui existe entre le capital et le chiffre d’affaires auprès des petits commerçants congolais, dont le marché de Rond point Ngaba est pris comme référence. Cette analyse se fait par l’administration d’un questionnaire conçu à cet effet.

LE questionnaire de l’enquête.

Num	Les questions	reponses
Q1	Vous êtes propriétaire de cette entreprise ?	Oui .....1 Non.....2
Q2	Cette entreprise fut créée à quelle année ?	Années..... Mois.....
Q3	Votre entreprise fonctionne combien des jours par semaine ?	Nombre
Q4	Depuis combien de temps que vous êtes dans ce marché ?	..... Année ..... Mois
Q5	Activité du répondant ?	.....
Q6	Votre vente Moyenne par semaine ?	Montant .....
Q7	Le montant du debut de cette entreprise était de combien ?	Montant .....

<sup>3</sup> Prof PUATI/ Note de cours de la comptabilité Générale, ISC-GOMBE 2010 P.54

<sup>4</sup> wikionnaire ; op cit

<sup>5</sup> www.le moniteur.com, le 13 juii2015

<sup>6</sup> CT BOLOKOLI. Note de cours d’Entreprenariat : ISC-BOENDE 2019. P.13

<sup>7</sup> CT BOLOKOLI, op cit

<sup>8</sup> CT BOOTO , Note de cours de droit commercial, ISC-BOENDE.2018.P21

<sup>9</sup> CT BOOTO, Op cit

Q8	Avant de créer votre entreprise, vous aviez quel âge ?	Age .....
Q9	Vous avez quel niveau d'étude actuellement?	- Sans Niveau .....0 - Primaire .....1 - Secondaire .....2 - Universitaire ... 3
Q10	Maintenant je veux vous poser les questions par apport à votre gestion en 2021 : a) votre capital était de combien ? b) votre Cheffe d'affaire était de combien ?	Montant  Montant
Q11	Maintenant vous avez quel âge ?	age .....
Q12	Sexe du répondant	Masculin .....1 Féminin ..... 2

Notre questionnaire est constitué de 12 questions dont nous avons des questions fermées et ouvertes, ainsi que des questions filtres. Les quatre cents personnes qui composent notre échantillon peuvent s'exprimer à travers ce questionnaire tout en émettant leurs opinions et leurs motivations.

Ce questionnaire est à la fois oral ou écrit selon le niveau et le vouloir du correspondant (enquête).

**1.1.2. ANALYSE DES RESULTATS ET LEURS INTERPRETATIONS**

**a. ANALYSE :** au terme de notre étude nos résultats sont représentés dans des tableaux statistiques ci-dessous. Nous avons analysés les réponses des enquêtés partant des variables ci-après :

- Sexe
- Age
- Niveau d'étude
- Nombre des commerçants par groupe
- Connaissance de ces deux concepts

Ces investigation s'est fait en tenant compte de deux facteurs pour savoir l'opinion de nos enquêtés, il s'agit de : Fréquence et le pourcentage.

La Formule pour trouver le pourcentage le pourcentage dans une fréquence est :

$$Fo = f * 100 / n$$

f= fréquence

n= somme des sujets enquêtés ou taille de l'échantillon

**b. Résultats de l'Enquête et leurs Interprétations**

Rappelons que, les résultats obtenus dans nos investigations, seront représentés dans des tableaux pour leurs meilleures interprétations et facilités les bonnes lectures.

L'analyse des opinions recueillies par nos recherches s'est basée autour de la connaissance de ces deux concepts par les commerçants informels à savoir : le Capital et le chiffre d'Affaires. Si à leur niveau savent la différence qui existe entre ces deux concepts.

L'échantillon de notre population d'étude est de 400 commerçants ou enquêtés ou encore sujets d'étude dans le marché de Rond point Ngaba.

**Tableau n.1. INDENTIFICATION DES ENQUETES PAR SEXE**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGES
01	MASCULIN	174	43,5
02	FEMININ	226	56,5
	TOTAL	400	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Il ressort de ce tableau que, 174 personnes interrogées soit 43,5 sont des sujets de sexe masculin, tandis que 226 personnes enquêtées soit 56,5% sont de sexe féminin.

**Tableau n° 2 : INDICATION DES TRANCHES D'AGE DES ENQUETES**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGES
01	10-25	31	7,75
02	26-40	176	44
03	41-55	147	36,75
04	56-70	43	10,75
05	71 et plus	3	0,75
	TOTAL	400	100

**Source :** nos enquêtes sur terrain.

Dans ce tableau, sur les 400 personnes rencontrées, leurs âges varient de la manière suivante avec 15 comme l'intervalle.

- Entre 10-25 ans 31 personnes soit 7,75%
- Entre 26-40 ans 176 personnes soit 44%
- Entre 41-55 ans 147 personnes soit 36%
- Entre 56-70 ans 43 personnes soit 10,75%
- Entre 71 plus ans 3 personnes 0,75%

**Tableau n° 3 : NIVEAU D'ETUDE DES ENQUETES**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGE
01	SANS INSTRUCTION	09	2,25
02	PRIMAIRE	63	15,75
03	SECONDAIRE	119	29,75
04	SUPERIEUR	209	52,25
05	TOTAL	400	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Dans ce tableau nous remarquons que, les enquêtés recentrés pour notre étude ont les niveaux d'étude de la manière ci-après :

- 2,25% soit 9 enquêtés sont sans niveau d'instruction
- 15,75% soit 63 enquêtés se sont limités au niveau primaire
- 29,75% soit 119 enquêtés se sont limités au niveau secondaire
- 52,2% soit 209 enquêtés sont arrivés au niveau supérieur

**Tableau : n : 4. NOMBRE SE COMMERÇANTS PAR GROUPE**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGES
01	BOUTIQUIERS	71	17,75
02	VENDEURS DEVANT LES MAGASINS et BOUTIQUES	101	25,25
03	VENDEURS DES POISSONS, LE GUMES ET AUTRE PRODUITS AGRICOLES	134	33,5
04	VENDEURS DE MATERIAUX DE CONSTRUCTION, FRIPERIE et AUTRE	94	23,5
	Total	400	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Ci-dessus, le tableau nous renseigne que :

- 17,75% soit 71 personnes enquêtes sont des boutiquiers ;
- 25,25% soit 101 personnes rencontrées sont des vendeurs des produits divers qui n'ont pas des installations particulières, mais qui vendent devant les magasins et boutiques ;
- 33,5% soit 133 personnes enquêtes sont des vendeurs de poissons, légumes, haricots, arachides, et autres produits agricoles ;
- 23,5% soit 94 personnes visitées sont des vendeurs de friperies, habits et matériaux de constructions et autres.

**Tableau n° 5. CONNAISSANCE DE LA DIFFERENCE ENTRE CAPITAL ET CHIFFRE D'AFFAIRE PAR LES BOUTIQUIERS**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGE
01	OUI	23	32,39
02	NON	48	67,61
	TOTAL	71	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Il résulte de ce tableau que :

- 23 personnes soit 32,39% de sujets enquêtés savent ou connaissent la différence qui existe entre le capital et le chiffre d'affaire ;

Tandis que 67,61% soit 48 personnes sur 71 personnes que compose le groupe des boutiquiers ignorent la différence. Selon cette catégorie se sont les deux concepts synonymes ; Pas de différence.

**Tableau : n° 6. CONNAISSANCE DE CES DEUX CONCEPTS PAR LES VENDEURS DE VANTS LES MAGASINS et BOUTIQUES.**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGE
01	OUI	19	18,81
02	NON	82	81,19
	TOTAL	101	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Il ressort dans ce tableau que 18,81% de cette catégorie des vendeurs connaissent la différence entre ces deux concepts, tandis que 81,19% sont ignorants.

**Tableau : °7. CONNAISSANCE DE CES DEUX CONCEPTS PAR LES VENDEURS DES VIVRES FRAIS , LEGUMES ET AUTRES PRODUITS AGRICOLES**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGES
01	OUI	26	19,40
02	NON	108	80,60
	TOTAL	134	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Le tableau ci-haut nous indique que :

- 19,40% de sujets de cette catégorie connaissent la différence qui existe entre le chiffre d'affaire et le capital;
- Tandis que 80,60% ignorent cette différence, bien que parmi eux, il y a les assujettis de la DGI et de la DGRK.

**Tableau : N°8. CONNAISSANCE DE CES DEUX CONCEPTS PAR LES VENDEURS DE VETEMENTS, MARERIAUX DE CONSTRUCTIONS ET AUTRES.**

N°	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGE
01	OUI	17	18,1
02	NON	77	81,9
	TOTAL	94	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Il ressort dans ce tableau que ; 18,1% soit 17 personnes sur 94 personnes dans ce groupe arrivent à bien distinguer la différence qui existe entre le chiffre d'affaires et le capital ; Tandis que 81,9% soit 77 personnes sont dans la confusion totale pour ces deux concepts de notre sujet d'étude.

**Tableau 9 : Tableau Synthèse**

N	VARIABLES	FREQUENCES	POURCENTAGES
01	OUI	85	21.25
02	NON	315	78.75
	TOTAL	400	100

**Source :** Nos enquêtes sur terrain

Le tableau Synthèse nous donne le résultat global comme suit :

- Sur la population de notre étude seulement 21,25% de sujets enquêtés connaissent la différence qui existe entre le chiffre d'affaire et le Capital.
- Tandis que , la majorité de notre population d'étude ont l'ignorance de cette différence, pour certains ces deux concepts ont la même signification, c'est à dire sont les mots synonymes ; Donc il n'y a pas la différence.

**CONCLUSION**

Nous sommes arrivés à la fin de notre étude ou recherche intitulé

« Le Capital et le Chiffre d’Affaire », sont synonymes ou deux concepts différents ; par l’Entreprenariat Congolais.

Le Commerçant est une personne très influente dans une transaction commerciale ; Pour une meilleure condition de vente et de tirer profit, il doit connaître la différence qui existe entre Le Capital et le Chiffre D’Affaires.

Pour notre étude, notre problématique a tourné au tour des questions suivantes :

- les entrepreneurs informels Congolais ou commerçants informels savent-ils la différence qui existe entre le Capital et le Chiffre d’Affaire ;
- Existe –il un réseau ou un circuit communicatif pour la formation pour les uns et le renforcement de capacité aux commerçants informels ;
- ces commerçants ont –ils un niveau requis pour exercer à bien leur activités ;

Pour bien mener notre recherche, nous nous sommes servis des méthodes et techniques ci- après : Statistique, Enquête et Analytique, aux techniques d’Observation, d’Interview et de questionnaire.

Après analyse, les résultats issus de nos enquêtes sont les suivants : 21,25% de la population de notre étude, connaissent la différence qui existe entre le capital et le chiffre d’Affaire. Contre 78,75% qui sont dans une confusion totale, pour eux, ce sont des mots synonymes. Les bon nombre ont un niveau d’instruction requis, mais sauf que la plus part sont devenus commerçant par manque d’emploi au pays, alors ils ne sont pas du domaine commercial.

Au regard des résultats de nos investigations, nous pouvons confirmer que nos hypothèses ont été approuvées. Nous pouvons suggérer comme Suits :

- La création d'un circuit communicatif pour informer cette catégorie des commerçants par rapport à leur activité est un atout ;
- La DGI et la DGRK LES ORGANES QUI PERÇOIVENT L'impôt et taxes ; doivent créer une cellule de communication pour l'encadrement de ses assujettis. Vos remarques seront les biens venus, car l'œuvre humaine ne manque jamais les imperfections.

**OUVRAGES**

- [1].Philippe KOTLER, Marketing Management 13 e Ed. Paris 2008
- [2].Dictionnaire Universel Spécial République Démocratique du Congo

**NOTES DE COURS**

- [1].Prof. PUATI : Cours de la Comptabilité générale, ISC – Gombe 2010
- [2].C.T BOLOKOLI ; Cours d'Entrepreneuriat, ISC Boande 2019
- [3].C.T BOOTO : Cours de Droit Commercial, ISC Boende 2018

**WEB**

- [1].Wiktionnaire .ccby-sa3.0
- [2].www.moniteur.com, le 13 juillet 2015