UNIVERSITÉ DU BURUNDI
GRENIER DU SAVOIR DU BURUNDI
Dépôt institutionnel officiel
https://repository.ub.edu.bi

Etude des déterminants du comportement entrepreneurial des jeunes diplômés burundais accompagnés par Burundi Business Incubator (BBIN), pp. 281-331,

BIZIMUNGU Alexis, SEGABA Zacharie

2022-01
UB, Cahiers du CURDES
https://repository.ub.edu.bi/handle/123456789/570

BIZIMUNGU Alexis, SEGABA Zacharie, Etude des déterminants du comportement entrepreneurial des jeunes diplômés burundais accompagnés par Burundi Business Incubator (BBIN), pp. 281-331, Cahiers du CURDES n° 19, Janvier 2022.

Document téléchargé depuis le **Grenier du Savoir du Burundi** — https://repository.ub.edu.bi

Etude des Déterminants du Comportement Entrepreneurial des Jeunes Diplômes Burundais Accompagnés par Burundi Business Incubator (BBIN)

BIZIMUNGU Alexis.[1] et SAGABA Zacharie.[2]
[1]Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université du Burundi
[2]Université Sagesse d'Afrique
*Auteur principal: alexisbizimungu@gmail.com

RESUME

Au Burundi, on peut rencontrer beaucoup de jeunes diplômés qui passent plusieurs années sans être recrutés ni dans le secteur public ni dans le secteur privé. Cependant, certains parmi eux essayent de se créer de l'emploi bien que la plupart n'ont pas une base monétaire ou matérielle solide pour cette fin. Ils parviennent à créer des entreprises à partir presque du « néant » et ils arrivent à être comptés parmi des entrepreneurs participant au développement économique et social du pays. Il nous a semblé donc intéressant de faire une recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes diplômés encadrés par BBIN afin d'isoler les facteurs dominants qui les ont influencés dans la création de leurs entreprises. En grande partie, ces jeunes entrepreneurs diplômés qui sont majoritairement de sexe masculin et de niveau secondaire, ont été favorisés et encouragés par le désir d'être leur propre patron, le désir de générer des richesses, le désir de compléter leur revenu, l'attrait de revenus ou de bénéfice, le chômage et la politique gouvernementale. En effet, notre étude a révélé que 74,3% des jeunes diplômés accompagnés par BBIN sont majoritairement des hommes et 86% de ces jeunes sont du niveau secondaire. Dans la création de leurs entreprises, les jeunes diplômés ont été influencés à la fois par des éléments des facteurs psychologiques et environnementaux. En effet, 74,8% de ces jeunes disent qu'ils ont été influencés par le désir d'être leurs propres patrons, 53,9% par le désir de générer de la richesse, 49,5% par l'attrait de revenus ou bénéfice, 46,5% par le besoin de compléter le revenu, 40,2% ont été encouragés par la politique gouvernementale, 39,9% par la faute d'obtenir un emploi dans un secteur formel, 29,7% par l'existence de la demande de produit ou de service, 18,3% par la disponibilité du crédit et 1,5% par l'imitation ou l'opportunité du milieu.

Mots-clés: Déterminants, comportement entrepreneurial, jeunes diplômés.

Référence: Bizimungu, A. et Sagaba, Z. (2022). Etude des Déterminants du Comportement Entrepreneurial des Jeunes Diplômés Burundais Accompagnés par Burundi Business Incubator (BBIN). *Cahier de Curdes 19.*

Received: 30/08/21
Revised: 20/11/21
Accepted: 13/12/21

Introduction

Au Burundi, les effectifs d'élèves et d'étudiants sont aujourd'hui élevés ce qui implique le nombre élevé des diplômés. Les diplômes sont décernés aux élèves du cycle court et long du secondaire ainsi qu'aux lauréats des instituts et facultés des universités. La grande majorité de ces jeunes diplômés sont déboussolés pour trouver du travail dans des secteurs formels (public et/ou privé), la demande d'emplois étant supérieure à l'offre.

Depuis un certain temps, la fonction publique qui embauchait beaucoup de diplômés, s'est vue refusée d'engager, à l'exception des ministères ayant la santé et l'éducation dans leurs attributions. Là aussi, ces Ministères ont la permission de recruter quelques fonctionnaires. A titre illustratif, « *pour l'exercice 2013-2014, le Ministère de la santé a recruté au total 436 médecins et infirmiers sur 2953 demandeurs d'emplois dans ce ministère.* »[35] Aussi, avec la privatisation des entreprises publiques, ce sont les investisseurs privés (burundais et/ou étrangers) qui embauchent la majorité les jeunes diplômés sans toutefois gonfler la masse salariale.

L'entrepreneuriat, comme solution au problème de chômage, plusieurs incubateurs (dont Burundi Business Incubator, BBIN en sigle) ont vu le jour à partir des années 2010 pour aider les jeunes en général et les jeunes diplômés en particulier dans la création de leurs propres entreprises. Dans le présent papier, nous avons jugé bon de nous intéresser aux jeunes

[35] ADISCO, 2016, *Etude sur l'état des lieux de l'emploi des jeunes au Burundi*, rapport final, Bujumbura, p.12.

diplômés encadrés par BBIN car nous avons constaté que ces derniers parviennent à se créer de l'emploi. Ils profitent de l'accompagnement du BBIN pour créer leurs emplois. Cependant, force est de constater qu'il existe des jeunes diplômés accompagnés par BBIN qui ne parviennent pas à créer leurs propres emplois. Ceci nous suggère qu'il existe d'autres facteurs (en dehors de l'accompagnement par BBIN) qui influencent les jeunes diplômés dans leur comportement entrepreneurial. Nous devons par conséquent explorer d'autres facteurs influençant le comportement entrepreneurial de ces jeunes diplômés. Ainsi, une question centrale pour notre recherche est libellée comme suit : Quelles sont les facteurs qui les ont influencés les jeunes diplômés accompagnés par BBIN dans la création de leurs entreprises ?

C'est autour de cette question que notre recherche pivote. Avant de répondre à cette question centrale, il est intéressant de répondre à la question spécifique suivante: Quels sont les caractéristiques des jeunes diplômés qui ont été appuyés par BBIN ? A cette question spécifique, nous avons formulé l'hypothèse suivante : La première hypothèse de cette étude est de savoir si les jeunes diplômés appuyés par BBIN sont majoritairement des hommes du niveau secondaire.

En effet, il a été constaté que le genre et le niveau de formation influencent les entrepreneurs dans la création d'entreprises. Concernant le genre, il a été constaté que les femmes sont en général prudentes pour se lancer en affaires comparativement aux hommes. En Afrique, des obstacles socio-culturels font aussi que des femmes soient bloquées par leurs maris dans la création des entreprises. De plus les résultats d'une enquête SINE 69 de

2009 menée en France métropolitaine et les départements d'outre-mer (DOM) auprès de 15112 créateurs d'entreprises en 2006, où 11356 créateurs d'entreprises (75%) étaient des hommes tandis que 3756 (25%) étaient des femmes. L'explication donnée à ce résultat était que les femmes en général, acceptaient difficilement le risque en matière d'entrepreneuriat. Particulièrement en Afrique, Asiédu affirme qu'«*en Afrique, l'esprit entrepreneurial des femmes est étouffé par les maris qui sont peu disposés à leur permettre de devenir riches de peur qu'elles deviennent dures et rebelles vis-à-vis d'eux* »[36]. Par rapport au niveau de formation, des études ont montré que le détenteur d'un diplôme plus élevé a tendance à moins entreprendre. CHARTIER dans son mémoire de Maîtrise a trouvé que « 55% des entrepreneurs interrogés sont diplômés au niveau secondaire et 45% ont obtenu des diplômes universitaires »[37].

Concernant la question centrale en rapport avec les facteurs à base desquels les jeunes diplômés appuyés par la BBIN ont créés leurs entreprises, nous avons formulé l'hypothèse suivante :

La deuxième hypothèse repose sur des apports du BBIN, d'autres facteurs environnementaux et des facteurs psychologiques ont été déterminant dans la création de leurs entreprises.

---

[36] Asiédu (1993), la création d'entreprises dans un contexte d'un développement économique et social en République centrafricaine : les barrières que perçoivent les entrepreneurs centrafricains au démarrage de leur entreprise. Mémoire de mastère en gestion de petites et moyennes entreprises et de leur environnement présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières, p. 68

[37] CHARTIER Mélanie, 2002, Facteur de stimulation de l'entrepreneurship en ABITIBI-TEMISCAMINGUE, mémoire de Maitrise en sciences (Gestion des organisations), présenté à l'Université du QUEBEC à CHICOUTIMI, p. 79

Il est vrai que les jeunes chômeurs ont décidé d'apprendre l'entrepreneuriat au BBIN. Cependant, cet apprentissage n'a pas permis à tous ces jeunes diplômés de réussir. En plus de l'encadrement par BBIN, ce sont les jeunes diplômés qui ont mis en musique d'autres facteurs endogènes et exogènes qui ont pu créer leurs entreprises. Ces facteurs endogènes sont des facteurs psychologiques tandis que les facteurs exogènes sont des facteurs environnementaux.

Ceci est confirmé par SHAPERO qui considère que le processus de création d'entreprises contient quatre grandes dimensions à savoir : « *les déplacements négatifs ou positifs (variable de situation), la disposition à l'acte (variable psychologique), la crédibilité de l'acte (variable sociologique), et la disponibilité des ressources (variable économique)*»[38]. Or, ces quatre dimensions peuvent se regrouper en deux dimensions à savoir la dimension endogène ou psychologique et la dimension exogène ou environnementale. De ce qui précède, on voit que l'étude vise l'identification des caractéristiques des jeunes diplômés accompagnés par le BBIN et des facteurs qui les ont influencés dans la création de leurs entreprises. Spécifiquement, l'étude a deux objectifs qui sont à identifier les caractéristiques des jeunes diplômés accompagnés par BBIN et à mettre en évidence les facteurs dominants qui ont influencé ces jeunes diplômés dans la création de leurs entreprises.

[38] SHAPERO Albert (1975) in OUNAS Fatiha et ZAIDI Nadia, l*es déterminants à la création de l'entreprise : cas de la commune de Seddouk et Beni Maouche*, mémoire de Mastère en science de gestion à l'Université A-Mira de Bejaia, p. 32

Etant donné que la récolte des données a été réalisée en 2019 et que les activités proprement dites du BBIN commencent en 2013[39] mais que c'est à partir de 2014 que BBIN a commencé à tenir compte des qualifications dans l'enregistrement des jeunes entrepreneurs potentiels, l'étude s'étend sur cinq ans (de 2014 à 2018) - question de disponibilité de données.

Nous nous sommes focalisés sur quatre provinces (BUBANZA, KAYANZA, MURAMVYA et NGOZI) dans lesquelles les jeunes diplômés sont soutenus par le projet « Emploi des Jeunes Ruraux » (EJR) du Programme pour le Développement des Filières (PRODEFI) avec l'appui technique de BBIN[40]. Concernant l'articulation de l'étude, ce papier est constitué de quatre points. Premièrement, la revue de la littérature sur les facteurs influençant le comportement entrepreneurial; deuxièmement, l'approche méthodologique, la présentation et l'analyse des résultats et dernièrement la discussion des résultats va clôturer notre étude.

Ce travail se clôture par une conclusion qui dresse un bilan des résultats obtenus et formule quelques suggestions sont aussi formulées.

[39] En 2013, l'accompagnement se faisait en vrac (sans distinction de niveau d'instruction de jeunes entrepreneurs potentiels

[40] Signalons que lors de notre enquête, les jeunes entrepreneurs diplômés de ces quatre provinces suivaient la formation des formateurs au chef-lieu de leurs provinces respectives à l'exception de ceux de KAYANZA dont la formation se déroulait à NGOZI

1. Revue littéraire de l'étude

Au début des années 90, GARTNER W. a publié un article évocateur: « *what are we talking about when we talk about entrepreneurship*? »[41]. C'était pour signifier la multidimensionnalité de la définition de l'entrepreneuriat. Ceci a été confirmé par DIAMANE M. et KOUBAA S., qui disaient que : « *L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être limité à une seule définition, qu'en effet, le champ de l'entrepreneuriat divise plus qu'il ne réunit la communauté des chercheurs* »[42].

Les approches dominantes de leur recherche en entrepreneuriat sont[43] :

i) l'approche descriptive ou approche par les traits pour répondre à la question « qui est l'entrepreneur ? » ;

ii) l'approche comportementale ou approche par les faits pour répondre à la question « que fait l'entrepreneur ? » ;

iii) l'approche processuelle pour répondre à la question « comment fait l'entrepreneur ? ».

Ces trois approches aident à dégager le profil de l'entrepreneur. C'est cette dernière approche qui relie l'entrepreneur à l'entrepreneuriat. C'est à partir du 17ème siècle que des économistes comme CANTILLON, SAY et KNIGHT se sont focalisés sur les premières figures de l'entrepreneur. Dans son ouvrage « Essai sur la nature du commerce en général » publié à

---

[41] GARTNER William (1990) in FAYOLLE Alain, 2003, *le métier de créateur d'entreprise*, Editions d'organisation, p.11.

[42] DIAMANE Mounia, et KOUBAA Salah, 2016, https://researchgate.net>publication>311738962 *les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat* pdf, p.1, consulté le 31 septembre 2019 à 10 :50

[43] Idem, p. 3.

titre posthume en 1755, CANTILLON décrit l'entrepreneur comme « *un individu qui assume le risque inhérent à l'activité économique* ». Pour lui, l'entrepreneur effectue des achats à des prix certains pour les transformer et les revendre à un prix incertain. Ses ventes et ses recettes sont aléatoires.

Dans son ouvrage, SAY définit l'entrepreneur comme étant « *l'agriculteur, le manufacturier, le commerçant, ou pour les désigner par une dénomination commune à tous les trois, c'est l'entrepreneur d'industrie, celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque* » [44]. Comme CANTILLON, SAY accepte que la responsabilité d'assumer le risque est inhérente à la fonction de l'entrepreneur. De son côté, KNIGHT Frank (2000) a choisi une voie privilégiant la théorie pure et adopte une problématique opposée à celle de SAY. Dans son ouvrage « Risk, Uncertainty and Profit », KNIGHT introduit une distinction entre le risque et l'incertitude. Par cette distinction, KNIGHT modernise une idée qu'on retrouvait déjà chez CANTILLON selon laquelle l'entrepreneur assume le risque, à cause de l'état d'incertitude dans lequel il évolue.

Au 18ème et 19ème siècle, l'école économique anglaise ne considérait pas l'entrepreneur comme une figure centrale du mécanisme économique. L'entrepreneur qui occupait une place importante dans la pensée de SAY, disparait presque totalement avec SMITH Adam (1776), MARX Karl (1867) et WALRAS Léon (1952). Ainsi, pour WALRAS, la fonction de

[44] SAY Jean Baptiste, 1841, *Traité d'économie politique*, 6ème édition, Paris, Editions Guillaumin, p. 79.

l'entrepreneur se limite à informer les agents économiques des quantités et des prix pratiqués sur le marché.

Le repositionnement de l'entrepreneur en tant que personnage-clé de l'activité économique a été mis à jour avec notamment SCHUMPETER J. et DRUCKER P.

Dans son ouvrage « Théorie de l'évolution économique », SCHUMPETER montre que l'entrepreneur est le moteur du développement économique en disant : « *les entrepreneurs sont des agents économiques dont la fonction est d'exécuter de nouvelles combinaisons et qui en sont l'élément actif* »[45]. Pour SCHUMPETER J., la fonction de l'entrepreneur consiste donc à innover ou à mettre en place de nouvelles combinaisons. Ce processus lié aux innovations est qualifié par SCHUMPETER J. (1942), de « destruction créative ».

DRUCKER P. quant à lui, affirme que l'entrepreneur n'est ni un employeur, ni un investisseur, ni un capitaliste ; mais un innovateur qui vise toujours l'opportunité, en limitant au maximum son exposition au risque. Pour cet auteur, « *seul mérite l'appellation d'entrepreneur, celui qui bouleverse et désorganise, celui qui, pour reprendre une formule Schumpetérienne, opère une destruction créatrice.* »[46] .

L'entrepreneur de DRUCKER P. conçoit le changement comme la norme habituelle et comme un signe de bonne santé. En somme, l'entrepreneur est celui qui sait repérer, saisir et exploiter une opportunité d'affaires pour

---

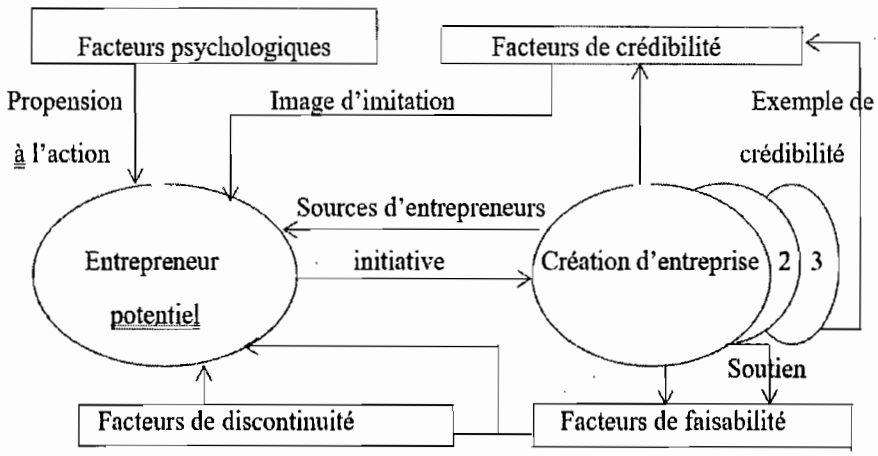
[45] SCHUMPETER Josef, 1935, *Théorie de l'évolution économique*. Paris, Editions Dalloz, 1ère édition, p. 74.

[46] DRUCKER Peter, 1985, *Les entrepreneurs*. Paris, Editions Hachette, p. 189

opérer une destruction créatrice. Ainsi, il existe dans et autour de l'entrepreneur des facteurs qui l'influencent dans la création d'entreprise pour mériter cette appellation. Il importe d'étudier les modèles de création de ces entreprises. Plusieurs auteurs, chacun suivant son modèle, ont montré des facteurs dominants qui influencent dans la création d'entreprises. Ici, nous parlons du modèle de création d'entreprises de SHAPERO qui a inspiré pas mal d'auteurs. C'est ce modèle qui coïncide à peu près avec notre étude.

Pour SHAPERO, tout entrepreneur exploite deux types de situations pour créer son entreprise: des situations ressenties comme négatives qualifiées de « pushes » et des situations ressenties comme positives qualifiées de « pulls ». Selon SHAPERO (1975), les situations les plus fréquentes dans la création d'entreprises (65%) sont négatives. Il s'agit notamment des situations liées à l'emploi et diverses discontinuités. Les situations positives sont rares et ne représentent que 28%. SHAPERO soutient que le processus de création d'entreprise obéit à des facteurs variant suivant le type d'industrie, la région et la période de création de l'entreprise. Reprenons les quatre facteurs qui influencent l'entrepreneur dans sa prise de décision de création d'une entreprise.

Schéma 1 : Modèle de création d'entreprises de SHAPERO



Source : NGUINDA Clarisse (1996)

***Les facteurs de déplacement ou de discontinuité** définis par SHAPERO comme une rupture dans la trajectoire de vie d'un individu. Ces facteurs de déplacement ou de discontinuité peuvent être négatifs ou positifs. Les déplacements négatifs sont imposés à un individu par l'environnement externe. Ils sont liés notamment : à l'asile politique, à l'emploi (le licenciement ou la mise à pied, la non obtention de promotion, la rétrogradation et la mutation disciplinaire), à l'insatisfaction au travail (l'ennui, la paye, les conditions de travail, le refus de l'employeur d'exploiter une nouvelle idée) et aux changements dans les politiques économiques. C'est une rupture subie et non provoquée.

Les déplacements positifs quant à eux sont liés à la présence d'opportunités d'affaires qui déclenche la décision de l'entrepreneur potentiel à la création d'entreprise. Selon les résultats d'une étude de SHAPERO au Texas, ces déplacements positifs représentent 28% des facteurs déclencheurs de la

création de 109 entreprises. Sont considérés comme déplacement positifs : une situation de délocalisation d'un individu suite à l'achèvement d'une étape de carrière ou d'une étape de vie. C'est notamment la migration volontaire, la démobilisation de l'armée, l'achèvement des études et la fin du projet. Pour le besoin de notre travail, c'est l'achèvement des études qui nous intéresse pour identifier d'autres facteurs qui ont incité nos jeunes diplômés burundais à créer des entreprises.

***Les facteurs psychologiques ou la disposition de l'entrepreneur à l'acte de créer une entreprise**, ont été déterminés sur base d'une étude effectuée aux USA et en Italie où les entrepreneurs tenaient au contrôle de leur destin. Ainsi, ces facteurs sont liés à l'entrepreneur lui-même. Il s'agit des caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur qui déclenchent en lui la décision de créer une entreprise. NGUINDA nous parle de certaines qualités qui disposent l'entrepreneur à l'acte à savoir: « *la confiance en soi, le besoin d'indépendance, le besoin d'autonomie, le besoin d'accomplissement, la volonté et le contrôle du destin* »[47].

***Quant aux facteurs de crédibilité de l'acte**, l'entrepreneur potentiel doit regarder autour de lui certains modèles qui représentent des images d'imitation. Ainsi, l'entrepreneur potentiel doit imiter des actes crédibles remarquables notamment ceux du père ou de la mère s'ils sont eux-mêmes entrepreneurs. Les études de SHAPERO ont montré que le pourcentage

---

[47] NGUINDA Clarisse, 1996, *la création d'entreprises dans un contexte d'un développement économique et social en République centrafricaine : les barrières que perçoivent les entrepreneurs centrafricains au démarrage de leur entreprise,* Mémoire de mastère en gestion de petites et moyennes entreprises et de leur environnement présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières, p. 16.

d'entrepreneurs ayant des pères et/ou mères entrepreneurs sont de l'ordre de[48] :

- entre 50 et 58% aux USA
- 56% en Italie
- 74% aux Philippines selon l'étude de CARROL (1965)
- 89% au Nigéria selon l'étude de HARRIS (1991)

L'histoire et la géographie d'une région donnée déterminent la culture entrepreneuriale de la région. Ainsi, pour un être humain, sa famille est le 1er foyer d'incubation de la culture entrepreneuriale. En intervenant très tôt dans les stades de développement de l'enfant et en l'accompagnant jusqu'à son entrée sur le marché de travail, l'école est le 2ème foyer d'incubation. Le 3ème foyer d'incubation est l'entourage social de l'entrepreneur. Celui-ci s'identifie aux groupe et au milieu de travail qui sont des sources d'images et d'imitation. Selon TOULOUSE *« la famille trouve son importance dans trois fonctions différentes : i) son rôle en tant que source de modèle d'imitations, ii) son rôle dans l'élaboration des objectifs que se fixent les enfants et iii) l'importance de la mort d'un des parents et de l'insécurité. Ainsi, la famille est un instrument de transmission des valeurs qui peuvent favoriser la création d'entreprises »*[49].

***Les facteurs de faisabilité de l'acte ou la disponibilité des ressources pour créer une entreprise,** se focalisent sur les ressources disponibles notamment: la main d'œuvre, le matériel, des équipements et des installations nécessaires pour que l'acte de création soit perçu comme

[48] SHAPERO Albert (1975) in NGUINDA Clarisse, 1996, p. 16
[49] TOULOUSE (1979) in NGUINDA Clarisse, idem, p. 39

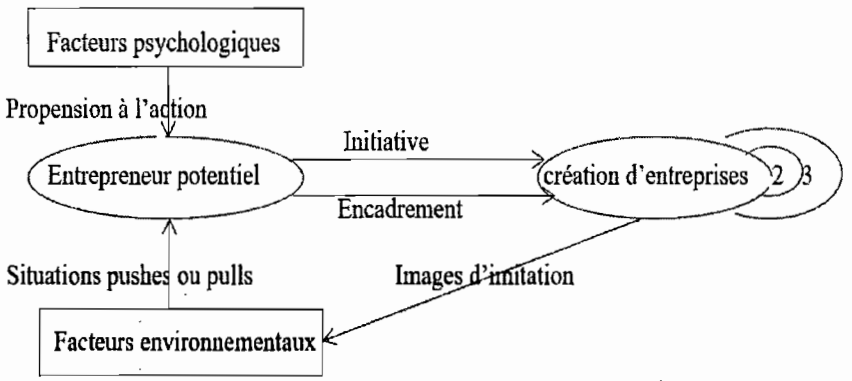
faisable. Or, ces ressources sont obtenues à l'aide des capitaux disponibles. Il s'agit donc de rendre disponible les ressources nécessaires pour une création d'entreprises réussie. D'après LAROUSSE « la faisabilité est définie comme étant le caractère de ce qui est réalisable dans des conditions techniques, financières et de délais définies »[50].

Pour notre recherche, nous nous inspirons du modèle de SHAPERO. Tous les facteurs qui agissent sur l'entrepreneur potentiel se regroupent dans deux facteurs à savoir : les facteurs psychologiques ou la disposition de l'entrepreneur à l'acte de créer une entreprise et les facteurs environnementaux qui sont des facteurs de déplacement ou de discontinuité (fin des études pour nos jeunes diplômés), des facteurs de crédibilité de l'acte (les jeunes diplômés qui tentent d'imiter certains entrepreneurs de leurs régions), des facteurs de faisabilité de l'acte ou la disponibilité des ressources (les jeunes diplômés qui obtiennent des dons en équipements de leurs partenaires ou des crédits octroyés par des institutions financières ou encore qui bénéficient de leurs familles des moyens financiers).

Ce schéma de SHAPERO peut être groupé pour en déduire notre schéma ci-dessous :

50 LAROUSSE (1984) in NGUINDA Clarisse, idem, p. 40

Schéma 2 : modélisation des facteurs influençant la création d'entreprises



- **Les facteurs psychologiques** sont liés à l'entrepreneur potentiel lui-même. Il a confiance en soi, il est déterminé à créer son entreprise. Il possède en lui de l'énergie qui le pousse à créer son entreprise. C'est une prédisposition que l'entrepreneur potentiel a depuis sa naissance. Il se lance en affaires par initiative sans encadrement externe. Notons que la propension à l'acte de création d'entreprise est aussi indispensable si l'entrepreneur potentiel est encadré. C'est quand il a cette propension à l'acte qu'il pourra interpréter différentes situations (push ou pull) comme une opportunité.
- **Les facteurs environnementaux** offrent des situations qui favorisent (pull) ou défavorisent (push) des entrepreneurs potentiels dans la création de leurs entreprises. Ces situations sont pour l'entrepreneur potentiel des opportunités à exploiter pour la création de son entreprise. Il peut s'agir de la formation, du soutien, du climat, du relief, de la population, du licenciement, de migration, de religion, de la politique, etc. L'entrepreneur potentiel est encadré pour réussir la création de son entreprise.

2. Approche méthodologique

3.1. Choix du type d'étude

Dans notre analyse, nous avons emprunté deux axes: i) l'identification des jeunes entrepreneurs diplômés accompagnés par le BBIN et; ii) les facteurs favorisant et encourageant les jeunes entrepreneurs diplômés dans la création d'entreprises.

Pour nous faciliter la tâche, nous avons cherché des informations nécessaires sur terrain et nous avons utilisé un instrument de mesure simple, nous permettant de récolter le plus d'informations possible. Ainsi, nous avons confectionné deux outils:

- Un questionnaire avec des questions fermées (c'est-à-dire dont les réponses étaient de type oui ou non), soit un questionnaire avec des réponses au choix (ceci pour faciliter les répondants et leur permettre de percevoir les questions dans le même sens).
- Un guide d'animation du focus group dans lequel les questions étaient ouvertes nous permettant de recueillir le plus d'informations possibles surtout quant aux nuances apportées dans les réponses aux questions posées.

3.2. Echantillonnage et variables étudiées

Notre échantillon a été tiré du répertoire de jeunes entrepreneurs diplômés que détient BBIN. Il s'agissait de **658** jeunes diplômés qui ont été accompagnés par cet incubateur. Peu importe la provenance des moyens financiers qu'utilisait BBIN pour accompagnement, l'unité d'échantillonnage pour notre étude reste les jeunes entrepreneurs diplômés.

Ainsi, nous sommes partis de la liste d'entrepreneurs enregistrés au BBIN des provinces BUBANZA, KAYANZA, MURAMVYA et NGOZI et nous avons jugé bon de travailler sur les entrepreneurs diplômés.

3.2.1. Echantillonnage

Pour des raisons de coûts et de délai, il n'a pas été possible d'étudier l'ensemble de la population. Il a donc été nécessaire, à partir de la population, de déterminer la taille de l'échantillon, de façon qu'il soit représentatif de l'Univers.

Pour tirer notre échantillon, nous nous sommes inspirés de la table d'estimation de la taille d'un échantillon de DEPELTEAU[51] (en annexe) qui tient compte du niveau de confiance de 95% et une marge d'erreur de ± 5%.

Selon l'auteur, si l'on ne se sert pas de cette table d'estimation, il conseille de prendre un échantillon qui représente au moins 10% de la taille de la population mère. Dans ce cas, l'échantillon doit se composer d'un minimum de 30 unités.

Pour notre cas, notre population mère est de 658. Si nous ne voulons pas utiliser la table d'estimation, nous aurons un échantillon d'environ **66 individus** soit 10% de 658. Par contre, si nous optons pour l'utilisation de la table d'estimation, nous aurons 650 (proche de 658) comme population mère qui, dans la table d'estimation de la taille d'un échantillon,

51 DEPELTEAU François, 2000, La démarche d'une recherche en sciences humaines : de la question de départ à la communication des résultats, Les Presses de l'Université Laval, p. 231-233

correspond à **242 individus** avec une marge d'erreur de 5% et un niveau de confiance de 95%.

Par ailleurs, selon SLIMANI Ihssane[52], la taille de l'échantillon ne dépend pas de la taille de la population sauf si celle-ci est très petite (population supérieure à 100 et inférieure ou égale à 1000000). Dans ce cas, il est nécessaire d'appliquer un facteur correctif et la taille de l'échantillon devient : nc= N.n/N+n où :

- nc est la taille de l'échantillon corrigé,
- N est la population finie ou réduite
- n est la taille de l'échantillon trouvé dans la table

Pour notre cas, nous aurons 658x242/658+242= 176,9 environ **177** individus représentant un échantillon de 658. Par rapport à notre population mère, **177** individus représentent **26, 90%.** Or, nous avons reçu de **342** jeunes entrepreneurs diplômés accompagnés par BBIN, des réponses à nos questions, ce qui représente un taux de réponse de **51,97%**. Ceci nous permet de conclure que notre échantillon, avec un niveau de confiance de 95% et une marge d'erreur de 5%, est largement représentatif.

Parmi les interrogés, 30 ont participé à un focus group. Lors de l'identification de l'échantillon, chacun avait sa propre entreprise.

---

52 SLIMANI Ihssane, fiche pratique : constitution d'un échantillon, consulté sur internet : http://ihssaneslimani.fr/wp-content/telecharger/fichePratiqueconstitution-échantillon.pdf, consulté le 03/06/2020.

Pour lancer notre enquête, nous avons profité de la formation des formateurs, qui a duré deux semaines, à laquelle les jeunes entrepreneurs diplômés étaient conviés. La province de BUBANZA avait accueilli **25** participants, celle de NGOZI **40** participants dont 20 de NGOZI et 20 de KAYANZA et à BUKEYE s'étaient réunis **20** participants. Tous ces participants (85 jeunes entrepreneurs diplômés) avaient réussi la création de leurs entreprises.

Pour l'enquête quantitative, le questionnaire a été distribué aux participants le premier jour par les fonctionnaires du BBIN qui dispensaient la formation. Chaque participant devrait apporter 04 copies (en plus de la sienne) pour quatre jeunes entrepreneurs de sa localité (qui ont réussi) qui n'ont pas eu la chance de participer à cette formation. Au total, **342** ont répondu à nos questions fermées.

Pour l'enquête qualitative, l'entretien s'est fait à base d'un guide d'animation. Elle s'est déroulée dans la deuxième semaine lors de la période de formation des formateurs. Il s'agissait des questions ouvertes. Chaque Responsable de la formation libérait 10 jeunes entrepreneurs diplômés pour échanger avec nous dans une salle séparée de celle de la formation. Au total, **30** jeunes entrepreneurs diplômés ont participé aux focus-group. Les répondants ne devraient pas écrire quoi que ce soit. Il s'agissait d'un dialogue oral entre les enquêteurs et les enquêtés (jeunes entrepreneurs).

3.2.2. Variables étudiées

Pour l'enquête quantitative, les variables étudiées sont en rapport avec l'identification des répondants et les facteurs déterminant la création d'entreprises. Pour cette deuxième variable, il était question de choisir parmi les éléments de ces facteurs ceux qui les ont influencés le plus ainsi que les autres facteurs ou éléments de facteurs qui ont été décisifs dans la création de leurs entreprises. Chaque réponse devrait être cotée sur dix points.

Pour l'enquête qualitative les variables étudiées sont presque les mêmes que celles du questionnaire d'enquête quantitative, à la différence que pour l'enquête qualitative, le déroulement s'est fait oralement. En effet, les enquêtés devraient tour à tour se présenter (noms et prénoms, niveau d'études ou diplôme obtenu, genre d'entreprise) et parler des facteurs dominants qui les ont poussés à créer des entreprises.

3.3. Techniques de collecte des données

Pour recueillir les données nécessaires pour notre recherche, nous avons recouru aux techniques suivantes :

- **Technique documentaire** : c'est une technique de collecte d'information par la lecture. Plusieurs ouvrages portant sur des facteurs influençant le comportement entrepreneurial, des thèses de doctorat, des mémoires de Mastère, des revues scientifiques, des rapports, des fiches, des notes de cours et d'autres documents consultés sur internet en rapport avec le thème nous ont été d'une grande utilité.
- **Questionnaire d'enquête** : c'est une technique de collecte d'informations invitant les enquêtés à se soumettre aux questions orientées vers notre objectif. Pour le cas présent, des questions posées ont nécessité

des réponses courtes genre oui ou non, de choisir parmi les réponses proposées, ou alors de coter les réponses par ordre d'importance suivant les convictions des répondants. A cet effet, nous avons atteint le maximum d'entrepreneurs afin de constater la fréquence des réponses sur chaque variable étudiée.

- **Animation de focus group ou Guide d'entretien** : c'est une technique de collecte d'information à base de la formulation des questions ouvertes à soumettre à un groupe de gens ciblés. Nous nous sommes intéressés à dix répondants pris au hasard parmi ceux qui étaient soumis au questionnaire d'enquête dans chacun des CLIF des trois provinces BUBANZA, MURAMVYA et NGOZI. Pour être efficace, nous nous sommes munis d'instruments de collecte de données étant donné que les répondants libéraient leurs points de vue verbalement.

Les données ont été collectées sur base d'une enquête effectuée auprès des jeunes entrepreneurs dont les entreprises sont implantées dans les provinces de BUBANZA, KAYANZA, MURAMVYA et NGOZI. Pour l'enquête quantitative, nous avons collecté les données à l'aider d'un questionnaire que nous avons multiplié et donné aux formateurs qui se rendaient à BUBANZA, MURAMVYA (BUKEYE) et NGOZI. Leur mission était de distribuer ce questionnaire aux entrepreneurs présents dans la formation. Avant de répondre à nos questions, nous nous sommes rendus sur les lieux de formation pour expliquer en long et en large le questionnaire aux entrepreneurs présents à la formation. C'était le premier jour à BUBANZA, le deuxième jour à NGOZI et le troisième jour à BUKEYE. Les explications données aux jeunes entrepreneurs diplômés présents à la formation devraient être répercutées à ceux qui n'ont pas eu

l'occasion de bénéficier de cette formation, à condition qu'ils soient entrepreneurs diplômés et encadrés par BBIN.

Comme la formation allait durer deux semaines, les répondants ont eu toute une semaine pour répondre aux questions fermées. Il s'agissait des questions dont les réponses étaient du type Oui ou Non ou alors des questions qui invitaient les répondants à choisir la ou les bonnes réponses. Il arrivait que pour des questions à choix multiples, nous autorisions plusieurs réponses. Pour comparer ces réponses, nous avons introduit la notion d'échelle (croissante ou décroissante) qui devait nous renseigner sur l'importance hiérarchique des facteurs déterminants la création des entreprises.

Pour l'enquête qualitative, nous nous sommes entretenus avec dix jeunes entrepreneurs diplômés choisis (au hasard) dans la salle de formation. C'est sur base d'un guide d'entretien que nous avons animé la séance.
A BUBANZA, le focus groupe a été animé conjointement par le Pr. Alexis BIZIMUNGU et Maître SAGABA Zacharie. Dix jeunes entrepreneurs ont accepté de nous livrer des informations à tour de rôle. C'était le premier jour de la deuxième semaine de la formation.
Le deuxième jour, nous nous sommes rendus à NGOZI pour nous entretenir avec les dix entrepreneurs choisis au hasard parmi ceux de NGOZI et de KAYANZA qui étaient présents dans la formation.

Le troisième jour, nous nous sommes entretenus avec les jeunes entrepreneurs de MURAMVYA à BUKEYE. Que ce soit à BUBANZA, à BUKEYE ou à NGOZI, la procédure d'entretien était la même. Avant

l'entretien, nous nous sommes présentés aux entrepreneurs, qui à leur tour, ont fait de même. Notre présentation consistait à parler du nom, prénom, fonction, lieu et poste d'attache. Quant aux jeunes entrepreneurs, la présentation consistait à parler du nom, prénom, nom de l'entreprise, niveau d'étude, lieu de l'implantation de son entreprise.

Pour collecter les données du focus-group, nous avons utilisé le guide d'entretien, des carnets et des stylos. Après la collecte des données, le travail qui nous attendait était de les traiter en profondeur afin de tirer des conclusions par rapport à nos hypothèses.

3.4. Méthodes de traitement des données

Pour analyser les données recueillies, nous avons utilisé deux méthodes :

1) **La méthode statistique** : elle nous a aidés à analyser des réponses aux questions fermées. Les données issues du questionnaire d'enquête ont été analysées à l'aide du logiciel SPSS afin de produire des indicateurs statistiques et de sortir automatiquement des résultats quantitatifs en termes de table des fréquences.

2) **La méthode comparative** : les données issues des documents consultés et du focus group ont été comparées aux résultats issus de l'enquête quantitative pour avoir une explication du comportement entrepreneurial. Pour les données issues particulièrement du focus group, les répondants ont donné des justifications et des nuances sur les raisons de leurs réponses aux questions fermées.

Après avoir collecté toutes les réponses auprès des 342 jeunes entrepreneurs des quatre provinces (les réponses aux questions fermées) et

enregistré les informations en provenance du focus-group (30 répondants), nous avons fait le traitement des données.

Le premier traitement réservé aux données collectées a été de les saisir avant de passer à leur codification. Le but de cette deuxième opération était de rendre homogènes les réponses afin de faciliter leur traitement. Ainsi, toutes nos données ont été converties en données numériques. Signalons que la saisie nous a pris beaucoup de temps car chaque copie du questionnaire de l'enquête est composée de 2 pages. Par conséquent, 684 pages devraient être parcourues pour la saisie des données qui s'y trouvaient.

3. Présentation et analyse des résultats

Dans ce chapitre, nous présentons et nous analysons les résultats de l'enquête menée auprès de **342** jeunes entrepreneurs diplômés, tous encadrés par BBIN. Cet effectif est un échantillon représentant **51,97%** de l'univers étudié (**658** jeunes entrepreneurs diplômés).

Nous faisons la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête suivant les variables en rapport avec les caractéristiques des répondants et de leurs entreprises, les facteurs déterminants la création d'entreprises et les défis auxquels font face ces jeunes entrepreneurs diplômés.

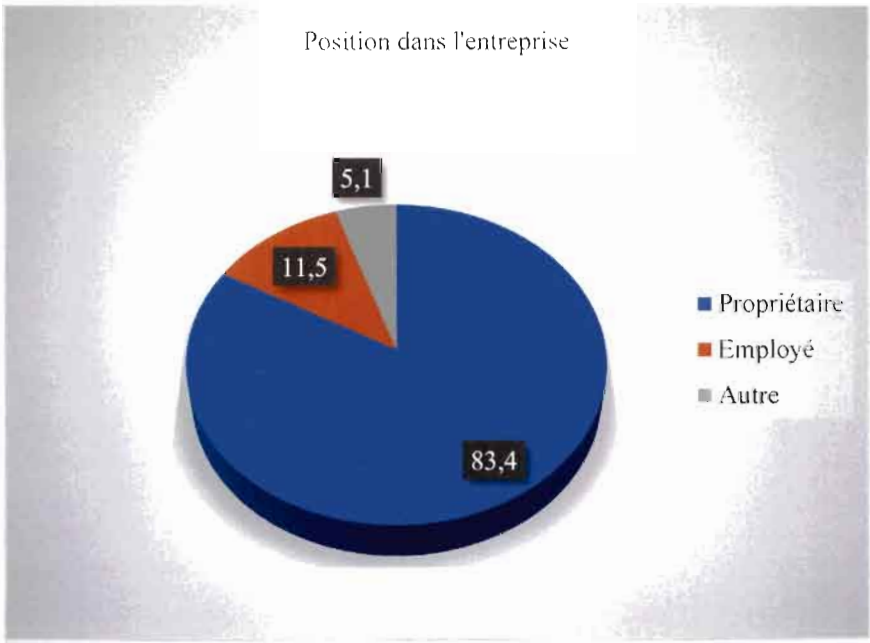
4.1. Caractéristiques des répondants et de leurs entreprises

Ce sous-chapitre nous permet de présenter des caractéristiques des répondants et de leurs entreprises. Nous parlons de la position du répondant dans son entreprise, le genre du répondant, son âge, sa formation, son expérience, le nombre d'employés de l'entreprise et le secteur d'activité de l'entreprise. Nous avons travaillé dans les quatre provinces sur les jeunes accompagnés par BBIN. Il reste à vérifier l'âge et la qualification.

III.1.1. Position du répondant dans l'entreprise

Le graphique 1 montre la position du répondant dans son entreprise.

Graphique 1: Position du répondant dans l'entreprise



Source : Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

Les résultats de notre enquête ont révélé que 83,4% soit 285 répondants sur 342 sont des propriétaires de leurs entreprises, 11,5% soit 39 répondants sont des employés de leurs entreprises alors que 5,1% soit 18 répondants ne sont ni propriétaires ni employés de leurs entreprises.

La grande majorité des répondants sont des propriétaires de leurs entreprises.

4.1.2. Genre du répondant

Le graphique 2 montre le genre du répondant.

Graphique 2 : Genre du répondant



Source : élaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

Par rapport au sexe, (74,3%) soit 254 répondants sont de sexe masculin tandis que (25,7%) soit 88 répondants sont de sexe féminin. Les jeunes entrepreneurs de sexe masculin sont prépondérants.

4.1.3. Age du répondant

A travers ce point, nous vérifions si nos répondants n'auraient pas l'âge supérieur à 35 ans. Le tableau 1 montre l'âge du répondant.

Tableau 1: Age des répondants

Age du répondant (valide)				Manquant	Total
Age	18-25	26-30	31-35		
Fréquence	59	194	86	3	342
Pourcentage	17,3	56,7	25,1	0,9	100

Source : Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

La majorité des répondants ont l'âge compris entre 26 et 30 ans. A cette question, trois jeunes entrepreneurs diplômés n'ont pas répondu.

4.1.4. Niveau de formation du répondant

A travers ce point, nous vérifions si nos répondants ont tous des diplômes. Le tableau 2 montre le niveau de formation du répondant.

Tableau 2 : Niveau de formation du répondant

Niveau de formation du répondant (valide)			Manquant	Total
Niveau	Secondaire	Université		
Fréquence	294	40	8	342
Pourcentage	86,0	11,7	2,3	100

Source : Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

La majorité des répondants sont des jeunes diplômés du secondaire (A_3, A_2, D_6, D_7 et HG). Huit jeunes entrepreneurs diplômés n'ont pas répondu à cette question.

4.1.5. Années d'expérience du répondant

Le tableau 3 montre le nombre d'années que vient de passer le répondant dans son entreprise.

Tableau 1 : Années d'expérience du répondant

	Années d'expérience du répondant (valide)						Manquant	Total
Année	-1	1-2	2-5	5-8	8-10	10 et plus		
Fréquence	34	101	152	35	4	2	14	342
Pourcentage	9,9	29,5	44,4	10,2	1,2	0,6	4,1	100

Source : Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

L'expérience est par rapport au temps passé après la création d'entreprises. Plusieurs répondants ont moins de 5 ans d'expérience.

4.1.6. Nombre d'employés dans l'entreprise

Le tableau 4 montre l'effectif d'employés que compte l'entreprise.

Tableau 4: Nombre d'employés

	Nombre d'employés y compris les propriétaires (valide)						Manquant	Total
Nombre d'employés	1	2	3-5	6-10	11-50	Plus de 50		
Fréquence	72	96	100	30	10	5	29	342
%	21	28,1	29,2	8,8	2,9	1,5	8,5	100

Source: Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

Il s'agit de l'effectif total d'employés (y compris le créateur) que compte l'entreprise. Nombreuses sont des entreprises qui ont moins de 5 employés.

4.1.7. Secteurs d'activités de l'entreprise

Le tableau 5 montre dans quel secteur d'activité opère l'entreprise.

Tableau 5: Secteurs d'activités

Secteurs d'activités	Fréquences	%
Commerce	149	43,6
Agriculture	56	16,4
Fabricant	22	6,4
Construction	-	0,0
Bar	17	5,0
Restaurant	8	2,3
Hôtel	-	0,0
Services	33	9,6
Autres (couture, vannerie, cyber internet, studio pour photographie, secrétariat, reportage caméra, sérigraphie)	57	16,7
Total	342	100,0

Source : Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

Le grand secteur convoité par les répondants est le commerce. Personne parmi les répondants ne s'est lancé dans les secteurs de construction et d'hôtellerie.

4.2. Facteurs déterminant le comportement entrepreneurial

A travers ce point, nous présentons les facteurs qui ont influencé les jeunes entrepreneurs diplômés dans la création de leurs entreprises.

Le tableau 6 montre les facteurs qui ont influencé les répondants dans la création de leurs entreprises.

Tableau 6 : Facteurs influençant la création d'entreprises

Lesquels des facteurs suivant vous ont-ils motivés pour créer votre entreprise	**Fréquence**	**%**
Le désir d'être son propre patron	256	74,8
Désir de générer de la richesse	184	53,8
Attrait de revenus/bénéfices	169	49,5
Besoin de compléter le revenu	159	46,5
ncouragé par la politique gouvernementale	137	40,2
Faute d'obtenir un emploi	136	39,9
Existence de la demande de produit ou service	102	29,7
Disponibilité du crédit	63	18,3
Autres (imitation, opportunités du milieu)	5	1,5

Source : Elaboré par les auteurs sur base des résultats de l'enquête quantitative

Ce point fait état des facteurs à la base de la création d'entreprises. Presque tous les répondants avaient le souhait de devenir chacun patron de lui-même.

5. Discussion et résultats

Nous parlons successivement des caractéristiques des répondants et de leurs entreprises ainsi que des facteurs déterminant le comportement entrepreneurial des répondants.

5.1. Caractéristiques des répondants et de leurs entreprises

Ce point met en évidence la position du répondant dans l'entreprise, le sexe, l'âge, la formation, l'expérience du répondant, le nombre d'employés que compte l'entreprise et le secteur d'activité de l'entreprise.

5.1.1. Position des répondants dans l'entreprise

Les résultats de notre enquête ont révélé que 285 sur 342 répondants (83,4%) étaient des propriétaires de leurs entreprises, 39 sur 342

répondants (11,5%) étaient des employés de leurs entreprises alors que 18 sur 342 jeunes entrepreneurs (5,1%) ne sont ni propriétaires ni employés de leurs entreprises.

Dans la plupart des cas, pour satisfaire son besoin de réalisation et se sentir entièrement responsable de ses actes, le créateur d'entreprise assure la fonction de manager de son entreprise. Il le fait dans le souci de bien l'organiser et atteindre le profit le plus élevé possible malgré les risques encourus ou à encourir. Dans le cas présent, ce sont les jeunes entrepreneurs diplômés qui ont créé chacun son entreprise. Selon SAY[53] (qui prônait le développement de l'économie par la création d'entreprises), un entrepreneur crée son entreprise pour son propre compte, à son profit et à ses risques. Dès lors, le profit est considéré comme une compensation pour l'entrepreneur de ses peines, de son temps, de ses talents et de son acceptation du risque, qui doit être perçu comme un coût de production de l'entreprise.

Cependant, l'entrepreneur qui se juge incapable de diriger son entreprise par manque de leadership ou d'autres talents nécessaires pour assurer la direction de l'organisation, il peut désigner un manager de son entreprise. Dans ce cas, l'entrepreneur occupe une des deux positions possibles : soit il peut rester dans son entreprise comme employé, soit il assure le contrôle de son entreprise étant à l'extérieur. Pour les deux positions, SAY constatent que ces entrepreneurs agissent pour leur propre compte en se servant des connaissances et des talents qui circulent dans la société. Dans

[53] SAY Jean Baptiste, 1841, Op.cit, p.79

ce cas, « ils administrent l'œuvre de la production, ils sont le centre de plusieurs rapports, ils profitent de ce que les autres savent ... »[54].

Pour la première position de notre étude, 39 sur 342 répondants se sont convertis en employés cédant la direction de leurs propres entreprises aux autres qui ont des connaissances et des talents organisationnels. Malgré qu'ils soient employés dans leurs propres entreprises et compte tenu des caractéristiques de l'entrepreneur, ces jeunes entrepreneurs gardent un œil vigilant sur le fonctionnement de leurs entreprises.

Pour la deuxième position de notre étude,18 sur 342 répondants ont préféré assurer le contrôle de leurs entreprises étant à l'extérieur. A ce propos, SCHUMPETER J. (1942) distingue deux sortes d'entrepreneurs : l'entrepreneur innovateur qui introduit un déséquilibre dans le circuit économique et l'entrepreneur imitateur. Le processus lié aux innovations est qualifié par SCHUMPETER de « destruction créative » en disant : « l'entrepreneur révolutionne incessamment de l'intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillis et en en créant continuellement des éléments neufs»[55].

De l'extérieur de son entreprise, l'entrepreneur a des facilités de comparer son entreprise à d'autres de son environnement proche et lointain afin de l'adapter aux changements. Ainsi, il reste vigilant aux inventions qui surviennent pour introduire des innovations assorties à ces dernières s'il le

[54] Idem, p. 371
[55]SCHUMPETER J., 1935, Op. cit. p. 104

peut. Sinon, il imite sans attendre ceux qui ont innové pour éviter que son entreprise s'efface sur le marché.

5. 1.2. Sexe des répondants

Par rapport au sexe, 254 sur 342 répondants (74,3%) étaient de sexe masculin tandis que 88 sur 342 restant (25,7%) étaient de sexe féminin. Cette faible participation des femmes dans les affaires est due à la prudence qu'ont naturellement les femmes ainsi que l'existence d'obstacles socio-culturels africains qui font que des femmes soient soumises à leurs maris. Ces proportions ont été aussi trouvées lors de l'enquête SINE[56] (2009) menée en France métropolitaine et les départements d'outre-mer (DOM) auprès de 15112 créateurs d'entreprises en 2006, où 11356 créateurs d'entreprises (75%) étaient des hommes tandis que 3756 (25%) étaient des femmes. L'explication donnée à ce résultat était l'aversion au risque qui serait plus grande chez les femmes en matière d'entrepreneuriat car cette décision dépend des préférences face au risque.

Concernant la culture africaine, Asiédu affirme qu'« en Afrique, l'esprit entrepreneurial des femmes est étouffé par les maris qui sont peu disposés à leur permettre de devenir riches de peur qu'elles deviennent dures et rebelles vis-à-vis d'eux »[57]

---

[56] BERNARD Claire, LE MOIGNON Caroline, NICOLAÏ Jean-Paul, 2013, *l'entrepreneuriat féminin*, document de travail n°2013-06, centre d'analyse stratégique (CAS), p. 17

[57] ASIEDU in NGUINDA Clarisse, 1996, Op.cit., p. 68

5.1. 3. Age des répondants

Les répondants étaient de différents âges. 59 sur 342 répondants (17,4%) avaient l'âge compris entre 18 et 25 ans, 194 sur 342 répondants (57,2%) avaient l'âge compris entre 26 et 30 ans et 86 sur 342 répondants (25,4%) avaient l'âge compris entre 31 et 35 ans.

Selon NIYUNGEKO Paul[58], c'est l'intervalle d'âges entre 25 et 40 ans comme étant l'âge auquel une décision entrepreneuriale est le plus souvent prise. Or, les jeunes entrepreneurs diplômés qui ont fait objet de notre enquête ont l'âge entre 18 et 35 ans. Force est de constater que 274 sur 342 jeunes entrepreneurs diplômés (79,9%) avaient l'âge compris entre 26 et 35 ans qui entre dans l'intervalle des auteurs ci-haut.

Pour notre étude, malgré que 3 enquêtés n'aient pas répondu à la question, 339 répondants ont l'âge compris entre 18 et 35 ans, ce qui est largement suffisant pour généraliser les résultats sur toute la population étudiée. Ce sont des jeunes entrepreneurs.

---

[58] NIYUNGEKO Paul, 1993, *Profil personnel, pratiques de gestion des propriétaires-dirigeants et performances des PME : le cas du Burundi*, mémoire de maîtrise en gestion des PME à l'université du QUEBEC A CHICOUTIMI, p. 32

5.1. 4. Niveau de formation

Concernant le niveau de formation, les résultats trouvés nous ont fait constater deux catégories de jeunes entrepreneurs. La première catégorie est constituée des diplômés du secondaire tandis que la deuxième catégorie est constituée des diplômés de l'Université. En effet, les résultats de l'enquête révèlent que 294 sur 342 répondants (88%) avaient des diplômes (A_3, A_2, D_6, D_7 et HG) du niveau secondaire tandis que 40 sur 342 répondants (12%) avaient des diplômes (A_1, Baccalauréat ou licence) universitaires. Ce sont des jeunes entrepreneurs diplômés. Sur l'ensemble des répondants, 8 jeunes n'ont pas répondu à la question. Malgré ce manquant, les résultats obtenus peuvent se généraliser sur tout l'univers. De ces résultats, nous pouvons dire que, *ceteris paribus*, plus on a un diplôme élevé moins on se lance dans les affaires.

5.1. 5. Nombre d'années d'expérience

L'expérience est par rapport au temps passé après la création d'entreprises et la réalisation de l'enquête. Les résultats de l'enquête ont montré qu'environ 34 sur 342 répondants (10,4%) venaient de créer leurs entreprises il n'y avait pas une année. Cependant, la grande majorité des entrepreneurs (101 sur 342 répondants (30,8%), 152 sur 342 répondants (46,3%), 35 sur 342 répondants (10,7%), 4 sur 342 répondants (1,2%), 2 sur 342 répondants (0,6%)) avaient plus de 1 an d'expérience.

Les résultats de l'étude menée par FILION L.J., BORGES C. et SIMARD G. (2010)[59] indiquent qu'en moyenne le développement du premier produit ou service est terminé 12 mois après la décision de créer l'entreprise. Pour notre étude, nous constatons que 89,6% des répondants avaient au moins 1 an (12 mois) d'expérience après la création de leurs entreprises. Ces résultats concordent très bien avec ceux de ces auteurs.

5.1. 6. Nombre d'employés

Il s'agit de l'effectif total d'employés (y compris le créateur) que compte l'entreprise. Les résultats de notre étude, ont montré que 72 entreprises (**23%**) comptaient un employé. Ce résultat veut insinuer que l'entrepreneur est le seul employé de son entreprise. En effet, cette entreprise ne compte aucun autre employé que son créateur.

Selon les recherches de FILION L. J., BORGES C. et SIMARD G. (2006)[60], 28 % des entreprises ont démarré sans aucun employé. 38% avaient entre 1 et 3 employés, 25% avaient entre 4 et 10 employés et 9% avaient plus de 10 employés. Ces résultats sont comparables surtout aux entreprises qui démarrent sans employé. Nos résultats continuent à montrer que 96 entreprises (30,7%) avaient 2 employés (un employé en plus de l'entrepreneur), 100 entreprises (31,9%) comptaient entre 3 et 5 employés, 30 entreprises (9,6%) comptaient entre 6 et 10 employés, 10 entreprises

---

[59] FILION Louis Jacques, BORGES Cândido et SIMARD Germain, 2010, *la structuration d'un projet de création d'entreprise*, cahier de recherche de la chaire d'entrepreneuriat n° 2010-06, p. 6

[60] FILION Jean Jacques, BORGES Cândido et SIMARD Germain, 2006, *Etude de processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes*, cahier de recherche de la chaire d'entrepreneuriat n° 2006-11, p.11

(3,2%) avaient entre 11 et 50 employés et 5 entreprises (1,6%) comptaient plus de 50 employés.

5.1. 7. Secteurs d'activité des entreprises

Ce sous-point nous révèle la façon dont les secteurs sont convoités. Les résultats de notre enquête ont montré que dans les quatre provinces 149 entreprises (43.6%) sont dans le secteur du commerce, 56 entreprises (16.4%) sont dans le secteur de l'agriculture, 22 entreprises (6,4%) sont dans le secteur du fabricant, 17 entreprises (5%) sont dans le secteur du cabaret, environ 8 entreprises (2,3%) sont dans le secteur du restaurant, environ 33 entreprises (9,6%) sont dans le secteur des services (salon de coiffure, taxi) et 57 entreprises (16,7%) sont dans les autres secteurs. Ces derniers sont aussi importants que l'agriculture. Ils peuvent être du domaine de la communication internet (cyber, informatique, ...), du domaine de la profession libérale et de la consultance.

Tous ces résultats nous renseignent que chaque répondant avait son entreprise. Ils montrent que la plus grande majorité des entrepreneurs se sont lancés dans le commerce. Ainsi, sur sept activités recensées, le commerce est convoité par 43,6% des entreprises créées. Or, selon le PND 2018-2027, l'agriculture contribue à elle seule à hauteur de 39,6% au PIB et offre 84% d'emplois au Burundi. Il est paradoxal de ne pas trouver ce secteur occuper la première place. Cette anomalie est expliquée par la nature de notre échantillon (jeunes diplômés) alors que l'agriculture est présumée pratiquée (dans l'exécution) par des non-instruits.

Selon la synthèse de l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE), 2000[61], « les petites entreprises (comptent moins de 50 salariés et les micro- entreprises ont au plus 10 salariés, parfois 5 salariés) se rencontrent particulièrement dans le commerce de gros et de détails, hôtellerie et la restauration, les communications et les services aux entreprises, et le bâtiment ». Ces informations concordent avec les résultats de notre enquête qui ajoute l'agriculture comme secteur convoité par mal de répondants.

5.2. Facteurs déterminant le comportement entrepreneurial

A travers cette section, nous voulons dégager les facteurs qui ont influencé les jeunes entrepreneurs diplômés dans la création de leurs entreprises. Les résultats de l'enquête nous ont fait constater que les entrepreneurs ont été stimulés par le désir d'être son propre patron, le désir de générer de la richesse, le désir de compléter leurs revenus, l'attrait de revenus ou bénéfices élevés, la demande de produits ou de services à mettre sur le marché, le chômage, la politique gouvernementale et la disponibilité de crédit. Ces variables influencent les jeunes entrepreneurs diplômés à au moins 10%.

a) Le désir d'être son propre patron. Cette variable favorise beaucoup d'entrepreneurs interrogés et cache mal la volonté de s'enrichir. C'est une variable du facteur psychologique. En effet, les jeunes diplômés que nous avons rencontrés lors de notre enquête n'ont jamais été embauchés pour

[61] OCDE, 2000, *les petites et moyennes entreprises : force locale, action mondiale*, rapport de synthèse, p. 2

être licencié par la suite. Si c'était le cas, ils en auraient mare avec leurs patrons pour créer leurs entreprises. Comme ce n'était pas le cas, ils avaient soif d'être leur propre patron (sans interférence) juste pour être premier gestionnaire de leur richesse.

b) Le désir de générer des richesses, le désir de compléter leurs revenus et l'attrait de revenus ou bénéfices élevés. Les deux premières variables (désir de générer des richesses et désir de compléter leurs revenus) relèvent du facteur psychologique tandis que la troisième variable est du facteur environnemental. Ces trois variables visent le même objectif, celui de s'enrichir. Cela est d'autant plus vrai que la majorité des répondants à qui nous avions à faire, étaient des jeunes diplômés qui avaient besoin des moyens financiers pour subvenir à leurs besoins personnels et à ceux de leurs familles respectives. Ceci transparaît dans les réponses du focus group. Ainsi, étant diplômés, ces jeunes entrepreneurs éprouvent une dette morale à leurs parents et/ou parentés (familles) qui espéraient, après l'obtention de leurs diplômes, avoir une vie aisée par rapport à celle qu'ils menaient lors du paiement du minerval. Ceci est visible lorsque nous avons voulu savoir leur condition pour accepter un emploi dans un secteur formel. En effet, à travers les réponses de l'enquête quantitative, 81,3 % accepteraient un emploi dans un secteur formel. Ce pourcentage est proche de celui révélé dans les réponses du focus group.

c) La demande de produits ou services à mettre sur le marché fait appel au cours de marketing. Selon le principe « fabriquer ce que vous vendez au lieu d'essayer de vendre ce que vous fabriquez » de DRUCKER Peter un des pères géniteurs du marketing (lors de la naissance du marketing en

1969 en Europe), il s'agit de s'assurer du marché d'écoulement de ses produits ou services avant tout engagement. Le bien-fondé de cela est d'atteindre les trois grands objectifs du marketing à savoir : i) des objectifs de ventes (les volumes de ventes, le chiffre d'affaire, les parts de marché et la position sur le marché), ii) des objectifs de réalisation des profits (la marge, le seuil de rentabilité, la contribution au profit de l'entreprise), iii) des objectifs de clients (la notoriété de l'entreprise, l'image de marque, la satisfaction et l'appréciation du client, le nombre de client, la fréquence d'achat, le panier moyen, le taux de fidélité,...). Cette variable fait appel au marché d'écoulement (clients). Elle fait partie des facteurs environnementaux.

d) Quelqu'un qui veut créer son entreprise, est-il nécessaire qu'il pense déjà à un produit ou service à mettre sur le marché ? En effet, créer son entreprise est une extériorisation ou une concrétisation d'idées ou des représentations psychologiques de l'entrepreneur. Ainsi, sa volonté de satisfaire les besoins de la communauté le pousse à étudier son marché (savoir les clients potentiels, le produit ou le service à leur offrir, le prix qu'ils sont prêts à payer, la place ou son mode de distribution, ...). Cette étude se focalise essentiellement sur le client. C'est le premier principe du marketing opérationnel : « Focus on customer »[62].

[62] DRUCKER Peter (1969) in RUMONGE Léonard, 2016, syllabus de cours de *marketing opérationnel* (historique du marketing) en Mastère à l'Université Sagesse d'Afrique, A.A. 2016-2017, p. 8

e) Le chômage : est une variable de l'environnement. Après leurs études, les jeunes diplômés ont cherché du travail sans succès. Cette situation négative les a favorisés dans la création de leurs entreprises. En effet, les résultats de l'étude de SHAPERO ont montré que 72% de créateurs d'entreprises ont été poussé par des situations négatives dans lesquelles ils se trouvaient. Il s'agissait surtout des malaises dus au licenciement ou d'autres frustrations perçues par le salarié dans une entreprise. Or, s'ils avaient eu la chance d'être engagés, nos jeunes diplômés n'auraient pas à créer leurs propres entreprises. Ceci est visible lorsque nous avons testé leur niveau de culture entrepreneuriale où nous avons constaté qu'a majorité de ces entrepreneurs étaient tentés par un emploi du secteur formel.

f) La politique gouvernementale : est une variable de l'environnement. Une année après la promulgation du plan national de développement 2018-2027 (PND) en juin 2018 qui prône des projets pour la promotion de l'emploi des jeunes, les jeunes diplômés ont été rassurés qu'ils bénéficieront d'un appui suite à la mise en place de la banque des jeunes. Cette politique a favorisé la création des entreprises de ces jeunes diplômés, qui avaient l'espoir de bénéficier de financement sous forme de crédit. Ainsi, à l'horizon très proche, ces jeunes diplômés devraient, par le fait de leur banque créée, devenir crédibles et ainsi créer leurs entreprises. Cependant, la plupart des entreprises de ces jeunes entrepreneurs diplômés ont été créées longtemps avant le PND. Ceci veut dire que d'autres politiques du gouvernement les ont favorisés dans la création de leurs entreprises, notamment l'amélioration du climat des affaires au Burundi, la création d'un guichet unique à l'API, les avantages liés à la fiscalité, etc.

Ceci est confirmé par BELLEY in NGUINDA, 1996, en disant : « *la fiscalité est l'un des éléments important agissant sur le taux de création d'entreprises et elle influence la probabilité qu'auront les entrepreneurs potentiels de trouver le capital nécessaire au démarrage de leurs entreprises* »[63].

g) La disponibilité de crédit : c'est une variable qui fait que l'acte de création d'entreprise soit perçu comme faisable. Elle relève des facteurs environnementaux. Selon LAROUSSE (1994) in NGUINDA Clarisse (1996) ; « *la faisabilité est définie comme étant le caractère de ce qui est réalisable dans les conditions techniques, financières et de délais définies* ».
Ces variables se retrouvent à la fois parmi les éléments des facteurs psychologiques et environnementaux.

Ce sous-chapitre est le nœud de notre recherche. De ce qui précède, nous constatons que les variables qui ont déterminé le comportement entrepreneurial des répondants se regroupent dans les facteurs psychologiques et environnementaux.

Etant donné que ces répondants étaient des jeunes entrepreneurs diplômés, nous avons constaté qu'ils étaient à majorité de sexe masculin. Ils étaient pour la grande majorité du niveau secondaire. Ainsi, notre première hypothèse qui stipule que : « Les jeunes diplômés appuyés par BBIN sont majoritairement des hommes du niveau secondaire » est confirmée.

---

[63] NGUINDA Clarisse, 1996, Op.cit., p. 40

En plus, nous venons de montrer que les facteurs qui ont influencé les jeunes diplômés dans la création de leurs entreprises sont des facteurs environnementaux et psychologiques. D'où la confirmation de notre deuxième hypothèse qui stipule que : « En plus des apports du BBIN, d'autres facteurs environnementaux et des facteurs psychologiques ont été déterminant dans la création de leurs entreprises ».

6. Conclusion

L'objectif de notre recherche était, d'une part, d'identifier les jeunes diplômés accompagnés par BBIN. D'autre part, il était question de déterminer les facteurs qui les ont influencés les jeunes diplômés soutenus par BBIN de créer leurs entreprises. Les réponses aux questions posées ou résultats de l'enquête ont révélé que, dans les quatre provinces, 83,4% des jeunes entrepreneurs diplômés étaient des propriétaires d'entreprises et étaient à majorité (74,3%) de sexe masculin. L'âge de tous les jeunes entrepreneurs diplômés était compris entre 18 et 35 ans. Pour cela, il serait intéressant de faire une étude sur l'entrepreneuriat des jeunes âgés de moins de 18 ans et des vieux de plus de 35 ans.

Les répondants (88%) avaient des diplômes du niveau secondaire (A_3, A_2, D_6, D_7 et HG) et 12% du niveau universitaire (A_1, Bac ou Licence). Ainsi, il serait intéressant de faire une étude des jeunes non instruits et de ceux qui ont des diplômes au-delà de la licence et baccalauréat.

87,5% de ces entreprises avaient été créées il y avait moins de 5 ans. Ceci veut dire que ces entreprises sont très jeunes. 85,6% de ces entreprises comptaient moins de cinq employés, ce qui fait que ces entreprises soient de petite taille. Enfin, environ 44% de ces entreprises étaient orientées dans

le commerce. Ce résultat est justifié par le fait que la population étudiée a comme images d'imitation des commerçants.

En conséquence, des défis à relever sont en rapport avec la communication, le coût de la main d'œuvre, la vente des produits et services ainsi que le remboursement de crédits. Ces défis sont liés entre-eux. Lorsque la communication (par route) fait défaut, le coût de la main d'œuvre devient élevé pour la manutention, ce qui rend cher des produits à mettre sur le marché et des matières premières pour faire fonctionner l'entreprise. Lorsqu'il y a problème de communication téléphonique, les commandes des clients envers l'entrepreneur ainsi que celles de l'entrepreneur envers ses fournisseurs ne sont pas exécutées dans les délais voulus. Dans l'ensemble, le problème de communication tel que décrit ci-haut, nous renseigne sur l'environnement physique du territoire où s'établissent ces entrepreneurs. Les problèmes de vente de produits et de services font que le remboursement de crédits contractés par les entrepreneurs devienne difficile et leurs entreprises sont presque des mort-nées.

Concernant les facteurs dominants qui ont influencé les jeunes entrepreneurs diplômés dans la création d'entreprises, nous avons noté principalement :

- d'une part, des facteurs psychologiques tels que le besoin de compléter le revenu et le désir de générer de richesses ;
- d'autre part, des facteurs environnementaux ; l'attrait de revenus ou bénéfice et la demande de produit ou de service à mettre sur le marché,

Suggestions :

Nos suggestions sont adressées à l'Etat, au BBIN et aux jeunes diplômés.

A l'Etat,

- de continuer à appuyer les jeunes diplômés dans leurs initiatives entrepreneuriales ;
- d'exiger l'enseignement du cours d'entrepreneuriat dès l'enseignement primaire afin de détecter des talents des enfants dès le bas âge. Ce cours serait aussi indispensable au niveau de l'enseignement post-fondamental et dans les universités (dans toutes les sections et facultés).

Au BBIN,

- de former plus de jeunes femmes. Lors de notre enquête, les hommes étaient prédominants.

Aux jeunes diplômés :

- de mettre en pratique ce qu'ils ont appris en entrepreneuriat pour se lancer directement en affaires par leur initiative (confère schéma de modèle de création d'entreprises de SHAPERO et notre schéma modélisé) ;
- de s'approcher des structures incubatrices pour apprendre comment se lancer en affaires afin de ne pas perdre du temps à chercher à être embauchés par l'Etat ou par les particuliers;
- de s'associer pour se renforcer mutuellement en vue de réussir facilement la création d'entreprises.

Somme toute, nous ne prétendons pas avoir épuisé tous les contours de notre thème, mais avoir donné quelques informations. Cependant, nous pensons avoir atteint notre objectif qui visait l'identification des caractéristiques des jeunes diplômés ainsi que des facteurs qui les ont influencés dans la création de leurs entreprises.

Tout travail scientifique se termine en soulevant des angles d'étude non approfondis sur lesquels d'autres chercheurs peuvent se pencher. Ainsi, nous invitons de futurs chercheurs en entrepreneuriat :

- de compléter le présent travail en rapport avec l'entrepreneuriat des jeunes diplômés encadrés par BBIN des provinces autres que BUBANZA, KAYANZA, MURAMVYA et NGOZI dans la création de leurs entreprises ;
- de compléter le présent travail en rapport avec l'entrepreneuriat des jeunes diplômés (non encadrés par BBIN) de toutes les provinces du pays dans la création et gestion de leurs entreprises ;
- de faire des recherches sur l'entrepreneuriat des jeunes non instruits, des diplômés du second et troisième cycle (Mastère, Doctorat) à travers tout le pays. Dans notre recherche, il s'est révélé que les jeunes entrepreneurs avaient des diplômes du niveau secondaire et universitaire (A_1, Bac et Licence) ;
- de faire des recherches sur l'entrepreneuriat des gens d'un âge avancé (au-delà de 35ans) notamment des fonctionnaires du secteur formel (public et privé) et des paysans afin d'isoler les facteurs de motivation ou de découragement entrepreneurial de cette catégorie dans la création et/ou gestion de leurs entreprises. En effet, pendant notre étude de facteurs influençant les jeunes

diplômés dans la création de leurs entreprises, nous avons trouvé que des gens d'un âge avancé n'étaient pas concernés ;

- de faire des recherches sur l'entrepreneuriat des jeunes de sexe féminin afin d'isoler les facteurs de motivation ou de découragement entrepreneurial de ces jeunes dans la création et/ou gestion de leurs entreprises. En effet, pendant notre étude de facteurs influençant les jeunes diplômés dans la création de leurs entreprises, nous avons trouvé que des jeunes de sexe féminin étaient très peu nombreuses.

Référence Bibliographiques

ADISCO, 2016, *Etude sur l'état des lieux de l'emploi des jeunes au Burundi*, rapport final, Bujumbura, 61 pages

BERNARD Claire, LE MOIGNON Caroline, NICOLAÏ Jean-Paul, 2013, « l'entrepreneuriat féminin », *document de travail* n°2013-06, centre d'analyse stratégique (CAS), 119 pages

CHARTIER Mélanie, 2002, *Facteur de stimulation de l'entrepreneurship en ABITIBI-TEMISCAMINGUE*, mémoire de Maitrise en sciences (Gestion des organisations), présenté à l'Université du QUEBEC à CHICOUTIMI, 161 pages

DEPELTEAU François, 2000, *la démarche d'une recherche en sciences humaines : de la question de départ à la communication des résultats*, les presses de l'université Laval, 417 pages

DIAMANE Mounia, Doctorante de l'école doctorale du groupe ISCAE et KOUBAA Salah, Enseignant-chercheur des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de l'Université Hassan II, Casablanca, Maroc, 2016, https://researchgate.net>publication>311738962 *les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat* PDF, 25 pages, consulté le 31 septembre 2019 à 10 :50

DRUCKER Peter (1969) in RUMONGE Léonard, 2016, syllabus de cours de *marketing opérationnel* (historique du marketing) en Mastère à l'Université Sagesse d'Afrique, AA 2016-2017, 64 pages

DRUCKER Peter, 1985, *Les entrepreneurs*. Paris, Editions Hachette, 343 pages

FAYOLLE Alain, 2003, *le métier de créateur d'entreprise*, Editions d'organisation, 23 pages

FILION Jean Jacques, BORGES Cândido et SIMARD Germain, 2006, « etude de processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes », *cahier de recherche de de la chaire d'entrepreneuriat* n° 2006-11, p.11

FILION Jean Jacques, BORGES Cândido et SIMARD Germain, 2010, « la structuration d'un projet de création d'entreprise », *cahier de recherche de la chaire d'entrepreneuriat* n° 2010-06, 18 pages

NGUINDA Clarisse, 1996, *la création d'entreprises dans un contexte d'un développement économique et social en République centrafricaine : les barrières que perçoivent les entrepreneurs centrafricains au démarrage de leur entreprise.* Mémoire de mastère en gestion de petites et moyennes entreprises et de leur environnement présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières, 257 pages

NIYUNGEKO Paul, 1993, *Profil personnel, pratiques de gestion des propriétaires-dirigeants et performances des PME : le cas du Burundi*, mémoire de maîtrise en gestion des PME à l'université du QUEBEC A CHICOUTIMI, 178 pages

OCDE, 2000, *les petites et moyennes entreprises : force local, action mondiale*, rapport de synthèse, 8 pages

OUNAS Fatiha et ZAIDI Nadia, l*es déterminants à la création de l'entreprise : cas de la commune de Seddouk et Beni Maouche*, mémoire de Mastère en science de gestion à l'Université A-Mira de Bejaia, 113 pages

SAY Jean Baptiste, 1841, *Traité d'économie politique*, 6ème édition, Paris, Editions Guillaumin, 640 pages

SCHUMPETER Josef, 1935, *Théorie de l'évolution économique.* Paris, Editions Dalloz, 1ère édition 148 pages

SLIMANI Ihssane, fiche pratique : constitution d'un échantillon, consulté sur internet : http://ihssaneslimani.fr/wp-content/telecharger/fichePratiqueconstitution-échantillon .pdf, consulté le 03/06/2020.

ANNEXES

Annexe 1 : Table d'estimation de la taille de l'échantillon[64]

(Niveau de confiance : 95% ; niveau de précision : ± 5%)

Population	Echantillon	Population	Echantillon
10	10	300	169
15	14	320	175
20	19	340	181
25	24	360	186
30	28	380	191
35	32	400	196
40	36	420	201
45	40	440	205
50	44	460	210
55	48	480	214
60	52	500	217
65	56	550	226
70	59	600	234
75	63	650	242

[64] DEPELTEAU François, 2000, La démarche d'une recherche en sciences humaines : de la question de départ à la communication des résultats, Les presses de l'Université Laval, p. 233

Population	Echantillon	Population	Echantillon
80	66	700	248
85	70	750	254
90	73	800	260
95	76	900	269
100	80	1000	278
110	86	1200	291
120	92	1500	306
130	97	1800	317
140	103	2000	322
150	108	2200	327
160	113	2600	335
170	118	3000	341
180	123	4000	351
190	127	5000	357
200	132	10000	370
220	140	20000	377
240	148	50000	381
260	155	75000	382
280	162	1000000	384

Centre Universitaire de Recherche pour le Développement Economique et Social

Référence bibliographique des Cahiers du CURDES

Pour citer cet article / How to citate this article

BIZIMUNGU Alexis, SEGABA Zacharie, Etude des déterminants du comportement entrepreneurial des jeunes diplômés burundais accompagnés par Burundi Business Incubator (BBIN), pp. 281-331, Cahiers du CURDES n° 19, Janvier 2022.

Contact CURDES : curdes.fsea@yahoo.fr