

SUCCESSION DES EQUIPES ENTREPRENEURIALES : ROLES DU CAPITAL HUMAIN ET SOCIAL DANS L'IDENTIFICATION DES OPPORTUNITES ET LA MOBILISATION DES RESSOURCES

Ahlem OMRI ^{#1}, Younes Boujelbene ^{*2}
*Laboratory URECA, University of Sfax,
Faculty of Economics and Management of Sfax,
Street of airport, km 4.5, LP 1088, Sfax 3018, Tunisia*
omri_ahlem@yahoo.fr
boujelbene.younes@yahoo.fr

Résumé

L'objectif principal de cette recherche est d'étudier la relation entre le capital humain et social des équipes entrepreneuriales, d'une part, et l'identification des opportunités et la mobilisation des ressources, d'autre part. Pour appréhender les équipes entrepreneuriales qui opèrent dans une industrie à faible technologie, nous comptons sur les réseaux sociaux et la perspective humaine de l'entrepreneuriat. Dans cet article, nous étudions comment le capital social et humain des membres de l'équipe entrepreneuriale influencent leur capacité à identifier les opportunités et à mobiliser les ressources externes. Nous enrichissons la recherche antérieure de deux façons. Premièrement, en utilisant la méthode probit ordonné pour mesurer le nombre d'opportunités identifiées au niveau des équipes entrepreneuriales. Deuxièmement, à notre connaissance, il existe un très petit nombre de recherches qui ont étudié théoriquement et empiriquement la mobilisation de ressources externes, notamment au niveau des équipes entrepreneuriales.

Mots clés: Équipe Entrepreneuriale, Opportunité Entrepreneuriale, Ressources Externes, Capital Social, Capital Humain.

I. INTRODUCTION

L'équipe entrepreneuriale est un phénomène omniprésent dans l'économie et dans la société. L'équipe entrepreneuriale est une forme d'entrepreneuriat collectif qui a été émergé dans les années 90 avec le travail de Kamm et al. (1990). Toutes les études, indépendamment du pays ou de l'industrie, ont montré plus ou moins une influence positive de l'équipe entrepreneuriale sur le succès de l'entreprise. Généralement, l'argument principal pour les avantages des équipes est basé sur les effets positifs d'une combinaison d'individus avec

diverses personnalités, caractéristiques, connaissances, compétences et capacités (Vyakarnam et al. 1997).

Shane et Venkataraman (2000) ont montré que le capital humain augmente la capacité des entrepreneurs à découvrir et exploiter les opportunités d'affaires. De plus, Kinias (2013) a confirmé que le background entrepreneurial (niveau d'éducation et expériences antérieures) aide l'entrepreneur non seulement à découvrir de nouvelles opportunités d'affaires, mais aussi à reconnaître les outils de financement utilisés pour le futur projet. Les expériences antérieures jouent un rôle crucial dans la mobilisation des ressources requises pour exploiter les opportunités identifiées (Kotha et George, 2012). Outre le capital humain, le capital social représente un facteur clé dans la découverte des opportunités ainsi que dans la mobilisation des ressources externes par les équipes entrepreneuriales. Packalen (2007) a confirmé que le capital social renforce la légitimité des équipes créatives et facilite leur accès aux ressources financières.

Bien qu'il existe plusieurs études sur l'identification des opportunités et la mobilisation des ressources externes, celles qui sont intéressées par ces processus dans les équipes entrepreneuriales sont très rares. Pour cette raison, notre étude vise à analyser les facteurs qui affectent le nombre d'opportunités identifiées par l'équipe entrepreneuriale, ainsi que ceux qui simulent la mobilisation des ressources externes.

Le principal objectif de cette étude est de connaître les liens et d'analyser l'impact des attributs du capital humain et des dimensions du capital social sur la capacité des équipes à identifier des opportunités et à mobiliser les ressources nécessaires pour les exploiter.

II. REVUE DE LA LITTÉRATURE

A. *L'équipe Entrepreneuriale: un Déterminant du Succès de l'Entreprise*

Plusieurs définitions ont été attribuées à l'équipe entrepreneuriale par des chercheurs dans ce domaine. Ceci est dû à la jeunesse de ce sujet et à la variété des approches qui animent ces auteurs. Dans notre étude, nous avons pris comme référence la définition de Cohen et Baily (1997) qui ont considéré l'équipe comme un groupe d'individus partageant des tâches et des résultats interdépendants associés à ces tâches, qui ont été également perçus comme une unité sociale par eux-mêmes et par les autres.

Malgré la variété des définitions de l'équipe entrepreneuriale, la littérature a pu établir que l'équipe entrepreneuriale a un impact significatif sur la réussite des entreprises (Kamm et al., 1990; Watson et al., 1995; Cooper et Daily, 1997). Comparées aux entrepreneurs individuels, les équipes peuvent offrir des ressources plus importantes, des perspectives variées, et un éventail plus large d'idées et de capacités (Hansen, 1991; Hofer et Sandelberg, 1987). Les entreprises créées par des équipes ont une influence positive sur la rentabilité, la capacité de survie et le potentiel de croissance des nouvelles entreprises. Cooper et Bruno (1977) ont confirmé que les entreprises fondées par une équipe réussissent mieux sur le plan financier que les entrepreneurs individuels.

Kamm et al. (1990) ont constaté que 56 des 100 entreprises les plus performantes étaient des entreprises créées par des équipes et que ces entreprises avaient des revenus plus élevés, et une meilleure capitalisation boursière que les entreprises individuelles. Par conséquent, comme l'expriment Cooper et Daily (1997), «l'équipe entrepreneuriale est au cœur de toute nouvelle entreprise».

B. *Rôle du Capital Humain dans l'Identification des Opportunités Entrepreneuriales*

L'identification des opportunités est l'étape qui initie le processus entrepreneurial et le principal moteur du démarrage des nouvelles entreprises (Shane et Venkataraman, 2000). En plus, la reconnaissance des opportunités est l'ancêtre de la richesse individuelle et sociale, Venkataraman (1997).

L'équipe entrepreneuriale se caractérise par la diversité du capital humain qui augmente l'efficacité de l'équipe et donc la performance de l'entreprise, en particulier lors des phases de lancement et de développement du projet entrepreneurial. En outre, Eisenhardt et Schoonhoven (1990) ont confirmé que les attributs inobservables du capital humain des équipes entrepreneuriales stimulent l'innovation et la création de nouvelles idées.

Certaines études telles que (Arenuis et Declercq, 2005; Davidson et Honig, 2003) ont montré qu'il existe une relation positive entre le niveau d'éducation et la capacité des entrepreneurs à identifier les opportunités entrepreneuriales. Cependant, Ucbasaran et al., (2009) ont confirmé que, dans un échantillon de 630 entrepreneurs, les entrepreneurs

expérimentés ont identifié et exploité plus d'opportunités que les entrepreneurs qui n'ont pas d'expériences antérieures.

Hypothèse 1: Il existe une relation positive entre le capital humain (niveau d'éducation, les expériences entrepreneuriales antérieures et les expériences managériales antérieures) et le nombre d'opportunités identifiées.

C. *Rôle du Capital Humain dans la Mobilisation des Ressources Externes*

Tout d'abord, Villanueva et al., (2012) ont indiqué que la théorie de la mobilisation des ressources est plus pertinente dans l'entrepreneuriat que la théorie de l'acquisition des ressources, étant donné que la mobilisation se concentre sur l'accès aux ressources et non sur l'allocation des ressources entre les différentes parties.

Ensuite, les expériences entrepreneuriales antérieures et les expériences managériales préalables fournissent aux entrepreneurs des connaissances sur les ressources nécessaires pour créer et comment ces ressources peuvent être combinées pour générer plus de valeur. En outre, l'expérience et l'éducation de l'entrepreneur représentent des indices de qualité pour les détenteurs de ressources (Hellmann et Puri, 2002). Selon Bhagavatula et al., (2010) le capital humain, représenté par les expériences et les compétences professionnelles, a un impact direct sur l'accès aux ressources financières externes. Ils ont confirmé, dans une enquête auprès de 107 entrepreneurs, que ceux qui ont des niveaux d'expérience plus élevés peuvent mobiliser plus de ressources externes utiles pour exploiter les opportunités identifiées.

Hypothèse 2: Il existe une relation positive entre le capital humain et la capacité des entrepreneurs à mobiliser des ressources externes.

D. *Rôle du Capital Social dans l'Identification des Opportunités Entrepreneuriales*

Le concept de capital social met en évidence deux dimensions principales qui évaluent sa valeur ajoutée. La dimension structurelle est de mesurer la taille ou l'étendue des réseaux sociaux en termes de nombre de liens directs entretenus avec certaines catégories d'acteurs, Burt (1992). La deuxième dimension (capital relationnel) fait référence à la nature de ces liens. Selon Granovetter (1973), ces liens peuvent être forts (liens forts) ou faibles (liens faibles). Les liens forts sont entretenus avec des amis, des relations intimes ou des parents proches, tandis que les liens faibles sont liés à des parents éloignés, des amis anciens, Lin (1995).

D'autre part, (Burt, 2004; Obstfeld, 2005) ont montré que les individus disposant de plus larges réseaux bénéficient d'un accès plus facile à l'information, ce qui rendrait plus forte la possibilité de profiter des opportunités et des nouvelles idées. De même, Singh et al., (1999) ont montré, dans une enquête auprès de 303 entrepreneurs, que la taille du réseau social a une influence positive sur la capacité des entrepreneurs à identifier les opportunités. De plus, les liens faibles élargissent le réseau de l'entrepreneur et lui facilitent l'accès aux

nouvelles informations, ce qui permet de découvrir des opportunités d'affaires rentables (Elfring et Hulsink, 2003).

Hypothèse 3: Il existe une relation positive entre le capital social des équipes entrepreneuriales (la taille du réseau et les liens faibles) et le nombre d'opportunités identifiées.

E. Rôle du Capital social dans la Mobilisation des Ressources Externes

La mobilisation de ressources externes est souvent perçue comme une contrainte pour les entrepreneurs. Cependant, l'entrepreneur peut compter sur les relations sociales (banquiers, fournisseurs, clients et amis) pour mobiliser des fonds pour son entreprise. Packalen (2007) a montré que le capital social renforce la légitimité des équipes créatives et facilite leur accès aux ressources financières. De plus, (Birley, 1985; Elfring et Hulsink, 2003) ont constaté que plus les réseaux sociaux des entrepreneurs sont étendus, plus l'accès au financement est facile.

En outre, Uzzi (1997) a confirmé que la forte relation entre l'entrepreneur et le banquier avait des effets positifs sur les conditions d'obtention d'un crédit. Par conséquent, les entrepreneurs qui entretiennent des liens solides avec leurs banquiers peuvent mobiliser des ressources facilement et à moindre coût des ressources financières grâce au degré élevé de confiance qui caractérise ces relations.

Hypothèse 4: Il existe une relation positive entre le capital social (la taille du réseau et des liens forts) et la capacité des membres de l'équipe entrepreneuriale à mobiliser des ressources externes.

F. Modèle Conceptuel de la Recherche

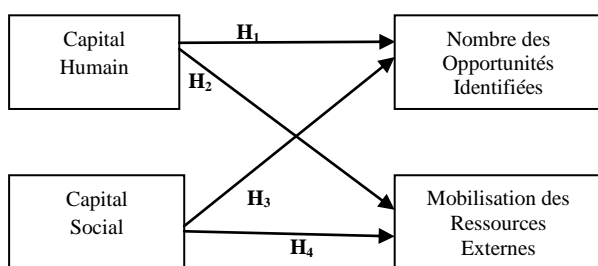


Fig. 1 Modèle de recherche

III. METHODOLOGIE DE RECHERCHE

A. Données

L'enquête a été réalisée dans la région de Sfax. Cette région située dans le sud de la Tunisie et caractérisée par un esprit entrepreneurial. Nous avons adopté la technique de l'entretien semi-structuré avec les membres des équipes entrepreneuriales. Nous avons testé nos hypothèses auprès d'un échantillon représentatif de 225 équipes entrepreneuriales tunisiennes de la région de Sfax. Pour vérifier nos modèles de recherche, nous avons utilisé un questionnaire pour recueillir des données sur le capital humain et le capital social des entrepreneurs, le

nombre d'opportunités identifiées et la facilité de mobilisation des ressources externes. Ensuite, nous avons testé la relation entre les attributs du capital humain et du capital social avec le nombre d'opportunités entrepreneuriales identifiées par la méthode de probit ordonnée. Cependant, nous avons estimé la relation entre le capital humain, le capital social et la mobilisation des ressources externes avec une analyse de régression à l'aide du logiciel Eviews.

La population cible de 225 équipes entrepreneuriales tunisiennes a été choisie en fonction de la taille (2 à 5 membres) et de l'emplacement (région de Sfax). Ces équipes entrepreneuriales appartiennent à différents secteurs de l'économie. L'étude a été réalisée en distribuant des questionnaires à 510 équipes entrepreneuriales. Nous avons reçu des réponses de 225 équipes seulement. Le taux de réponse était de 44,11%.

B. Méthodes

L'objectif de notre étude empirique est d'étudier la relation entre le capital humain et social des équipes entrepreneuriales avec l'identification des opportunités entrepreneuriales (Burt, 2004; Davidsson et Honig, 2003; Shane, 2003) et d'autre part d'étudier la relation entre ces capitaux et la mobilisation des ressources externes (Bhagavatula et al. 2010; Hulsink et Elfring, 2003; Jenssen et Greve, 2002).

Dans cette section, nous utilisons la méthode de Probit ordonné afin d'analyser le nombre d'opportunités entrepreneuriales identifiées. En raison de caractère non linéaire du modèle probit ordonné, il est difficile d'interpréter directement les coefficients de ce modèle, Greene (2000). Par conséquent, nous nous appuyons sur l'analyse des effets marginaux pour mieux comprendre l'impact des différentes variables sur l'identification des opportunités. La variable latente y^* peut modéliser d'une manière significative l'occurrence d'un événement (Y) en référence à sa probabilité. Greene (2000).

$$Y^* = pX \varepsilon, \varepsilon \in [0, 1]$$

$$Y = \begin{cases} 1 & \text{si } Y^* \leq \delta_1 \quad (\text{l'équipe a identifié une opportunité}) \\ 2 & \text{si } \delta_1 < Y^* \leq \delta_2 \quad (\text{l'équipe a identifié deux opportunités}) \\ 3 & \text{si } \delta_2 < Y^* \leq \delta_3 \quad (\text{l'équipe a identifié trois opportunités ou plus}) \end{cases}$$

Où δ_1 , δ_2 et δ_3 sont des limites qui définissent les catégories de réponse et qui sont estimées en même temps avec d'autres paramètres du modèle.

Les effets marginaux mesurent l'impact d'un changement «marginal» ou d'une unité d'une variable explicative sur la probabilité d'un choix de réponse. Un effet marginal est simplement la dérivée de probabilité par rapport à une variable explicative continue x_j . En supposant que les variables explicatives sont linéaires dans la spécification du modèle $\partial (X'\beta) / \partial x_j = \beta_j$, nous avons: $(\partial \text{Prob}(Y = 1)) / \partial x_j = -\phi(X'\beta) \beta_j$,

$(\partial \text{Prob}(Y = 2)) / \partial x_j = [(-\phi(X'\beta) - \phi(\delta_1 - X'\beta))] \beta_j$
 $(\partial \text{Prob}(Y = 3)) / \partial x_j = [(-\phi(X'\beta) - \phi(\delta_2 - X'\beta))] \beta_j$
Où $\phi(\cdot) = \partial \Phi(\cdot) / \partial (X'\beta)$ est la fonction de densité pour une distribution normale.

Ensuite, nous avons testé la relation entre les attributs du capital humain et social et l'accès aux ressources externes au niveau de 225 équipes entrepreneuriales tunisiennes avec une analyse de régression. Afin d'utiliser la technique de régression, nous avons vérifié les conditions d'application telle que la linéarité du modèle, la normalité des résidus et l'absence de multicolinéarité entre les variables indépendantes.

C. Variables Dépendantes

1) *Identification d'opportunité*: Conformément aux études antérieures (Shepherd et Detienne, 2005, Ucbasaran et al., 2009), l'identification des opportunités a été opérationnalisée en termes de nombre d'opportunités identifiées. Les répondants ont été demandés de répondre à la question suivante: «Combien d'occasions de créer ou d'acheter une entreprise avez-vous identifiées avant la création de votre équipe entrepreneuriale? ». Ils ont été présentés avec huit résultats d'identification d'opportunité (c'est-à-dire 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6 à 10 ou plus de 10 opportunités). Les huit résultats d'identification d'opportunité ont été regroupés en trois groupes, et le nombre de répondants appartenant à chaque catégorie a été ainsi identifié. Les répondants qui ont déclaré qu'ils avaient identifié une seule opportunité ont été attribués un score «1» (ce qui représente (32%) des répondants), ceux qui ont indiqué qu'ils avaient identifié deux occasions ont été attribués un score «2» (ce qui représente (20,4%) des répondants), tandis que ceux qui avaient identifié trois ou plus d'opportunités ont été attribués un score «3» (ce qui représente (47,5%) des répondants).

2) *Mobilisation des ressources externes*: L'accès aux ressources externes est souvent décrit comme l'un des principaux défis auquel font face plusieurs entrepreneurs lors de la création d'une entreprise. À l'instar des études préalables (Villanueva et al., 2012), la mobilisation des ressources externes est évaluée à partir d'une mesure composite de la somme de cinq différents types de flux de ressources: la monnaie, les équipements, l'échange du staff, l'assistance technique, et «autres» ressources. Chaque élément peut prendre une valeur de 1 à 5 (1= très peu facile, 5 = très facile).

D. Variables Indépendantes

1) *Niveau d'éducation*: Conformément aux études précédentes (Arenius et DeClerq, 2005; Davidson et Honig, 2003; Ucbasaran et al., 2009), la variable éducation est mesurée à partir des niveaux d'études déclarés par les répondants. (1): ceux qui ont un niveau d'éducation primaire, (2): les entrepreneurs qui ont un niveau d'éducation secondaire, (3): ceux qui ont un diplôme de baccalauréat, (4): ceux qui ont un diplôme de maîtrise ou une licence, et (5): ceux qui ont un mastère ou un doctorat.

2) *Expérience entrepreneuriale*: Cette variable «dummy» prend la valeur 1 si l'équipe a une expérience entrepreneuriale antérieure et (0) dans le cas inverse.

3) *Expérience managériale*: Cette variable est mesurée en termes de nombre d'années d'expériences déclaré par l'équipe.

4) *Taille du réseau*: Pour mesurer cette variable, nous avons dressé aux répondants une liste de sept catégories de liens. Le répondant a été demandé de sélectionner les liens qu'il avait personnellement parmi ces sept catégories. La taille du réseau relationnel de chaque entrepreneur est, ainsi, égale au nombre de catégories de liens qu'il a sélectionné.

5) *Liens forts et Liens faibles*: Afin de mesurer ces deux variables, nous avons demandé au répondant de préciser la nature de la relation qu'il avait avec chacun des liens qu'il a sélectionnés. En se basant sur les travaux de plusieurs chercheurs (Lin, 1995; Bruderl et Preisendorfer, 1998) les liens avec des amis intimes, des époux et des parents proches sont considérés comme étant des liens forts et les liens avec des parents éloignés, des anciens amis et de simples connaissances sont considérés comme étant des liens faibles. La nature des liens de chaque entrepreneur est, ainsi, égale au nombre de liens par chaque nature de relation (fort ou faible) divisé par le nombre de catégories de liens qu'il a sélectionné.

E. Variables de Contrôle

Nous avons contrôlé pour les répondants l'âge et la taille de l'équipe entrepreneuriale. L'âge a été mesuré comme une variable continue (entre 25 et 55). La taille de l'équipe est aussi mesurée comme une variable continue (entre 2 et 5).

F. Résultats

Les moyens et les écarts types pour les variables indépendantes, dépendantes et de contrôle sont présentés dans le tableau I. Les coefficients de corrélation suggèrent que le modèle de régression rapporté ne sera pas touché par la multicolinéarité. Nous pouvons remarquer que l'âge moyen des répondants était de 38,5 ans et ils avaient un niveau d'enseignement supérieur ou secondaire. La moyenne pour les expériences managériales était égale à 3,02 ans, alors que la moyenne pour les expériences dans la création d'entreprise était égale à 0,62.

Pour le capital social, nous avons trouvé une taille moyenne du réseau social égale à 3,77. Les moyennes des liens forts et liens faibles sont respectivement 0,55 et 0,72. Ce tableau confirme que le nombre moyen d'opportunités identifiées égal à 2,42 tandis que la facilité d'accès aux ressources externes a une moyenne de 3,90. Enfin, la taille moyenne de l'équipe était égale à 3,63. Le nombre d'opportunités identifiées était positivement corrélé avec les liens faibles et la taille du réseau, cependant, il a été négativement corrélé avec la taille de l'équipe.

La mobilisation des ressources externes est positivement corrélée avec les expériences entrepreneuriales, les

expériences managériales, la taille du réseau social et les liens forts. Alors que la facilité d'accès aux ressources externes était négativement corrélée avec l'âge, la taille de l'équipe et le niveau d'éducation. Ainsi, le nombre d'opportunités identifiées et la mobilisation des ressources externes ont été négativement corrélés, ce qui signifie que plus le nombre d'opportunités identifiées par l'équipe est élevé, plus il sera difficile de mobiliser des ressources externes.

1) *Identification des opportunités : hypothèses 1 et 3*

Les résultats de l'analyse de probit ordonné concernant l'identification des opportunités sont présentés dans le tableau

II. Ce tableau fournit des informations sur les facteurs qui ont influencé le nombre d'opportunités identifiées. Nous notons que l'identification des opportunités d'affaires a été significativement et négativement influencée par le niveau de l'éducation. En outre, les résultats des effets marginaux ont révélé que, bien que le niveau d'éducation augmente d'une unité, la probabilité du groupe des répondants qui ont identifié «deux opportunités» a augmenté de 2,45%, alors que la probabilité de faire partie de ceux qui ont découvert «3 ou plus d'opportunités» a diminué de 3,36%. En plus la probabilité d'être dans le groupe qui a identifié «une opportunité» était faible.

De plus, nous avons constaté que les expériences managériales avaient significativement et négativement influé le nombre d'opportunités identifiées par les équipes entrepreneuriales tunisiennes. Par conséquent, l'analyse des effets marginaux a montré que lorsque les expériences managériales augmentent d'une unité, la probabilité de faire partie du groupe des répondants qui ont identifié «deux opportunités» augmente de 0,8%. Bien que la probabilité d'être dans le groupe des répondants qui ont identifié «trois ou plus d'opportunités» a diminué de 1,08%.

Les expériences entrepreneuriales ont influencé positivement l'identification des opportunités à un niveau de confiance de 99%. En effet, une augmentation d'une unité de ces expériences augmente la probabilité de faire partie du groupe des répondants qui ont identifié «trois ou plus d'opportunités» de 0,89%. Bien que la probabilité d'être dans le groupe qui a découvert «deux opportunités» diminue de 0,67%.

Deux variables ont été utilisées pour mesurer le capital social des équipes entrepreneuriales. Ces variables sont la taille des réseaux sociaux et les liens faibles. Ces deux variables ont influencé significativement et positivement l'identification des opportunités à un niveau de confiance de 99%. Lorsque la taille de réseau augmente d'une unité, la probabilité d'être dans le groupe des répondants qui ont identifié «deux opportunités» diminue de 0,14%, alors que la probabilité de faire partie des équipes qui ont identifié «trois ou plus d'opportunités» augmente de 0,19%. Cependant, la probabilité de faire partie des entrepreneurs qui ont découvert "une opportunité" n'a pas été significative.

L'analyse de l'effet marginal a révélé que, lorsque les liens faibles augmentent d'une unité, la probabilité de faire partie des équipes qui ont identifié «deux opportunités» diminue de

0,7%. Alors que la probabilité d'être dans le groupe des répondants qui a identifié «trois ou plus d'opportunités» augmente de 0,93%.

2) *Mobilisation des ressources externes : hypothèses 2 et 4*

TABLEAU III
MOBILISATION des RESSOURCES EXTERNES

	Mobilisation des Ressources Externes			Probabilité
	Coefficients	S D	t-Statistic	
Age	-0.0295	0.0122	-2.4070	0.0169
Taille équipe	-0.1369	0.0475	-2.8813	0.0044
Niveau Education	-0.3030	0.0610	-4.9668	0.0000
Expérience Entrepreneuriale	0.5273	0.1070	4.9276	0.0000
Expérience Manageriale	0.1814	0.0446	4.0617	0.0001
Taille réseau	0.2706	0.0693	3.9003	0.0001
Liens forts	0.3619	0.1070	3.3792	0.0009
R ²	0.3569		Durbin-Watson	1.4624
R ² Adjusté	0.3362		N	225
F	17.211			
Prob (F-statistic)	0.0000			

Le tableau III présente les résultats de l'analyse de régression. Ce tableau montre que le pouvoir explicatif du modèle est acceptable (R2 ajusté est égal à 0.336, p <0,001) et la signification globale permet de rejeter l'hypothèse nulle qui stipule que les coefficients sont tous nuls (F est égal à 17.211, p <0,001). Les résultats de ce modèle confirment que la relation entre les attributs du capital humain des équipes entrepreneuriales et la mobilisation des ressources externes était statistiquement significative à un niveau de confiance de 99%.

Comme prévu, les expériences entrepreneuriales et managériales antérieures étaient positivement liées à la mobilisation des ressources externes (coefficients respectifs: 0,52 et 0,18, p <0,001). Ce résultat implique que plus le nombre des expériences entrepreneuriales et managériales préalables est élevé, plus l'accès des équipes entrepreneuriales aux ressources externes est facile. Alors que le niveau d'éducation a été négativement lié à la variable dépendante la mobilisation des ressources externes. Ces résultats confirment notre hypothèse 2 lié au capital humain (à l'exception du niveau d'éducation). Le capital social des équipes entrepreneuriales représenté par la taille du réseau social et les liens forts a considérablement influencé la mobilisation des ressources externes à un niveau de confiance de 99%. Comme

prévu, la taille des réseaux sociaux et les liens forts ont une influence positive sur l'accès aux ressources externes (coefficients respectifs: 0,27 et 0,36, $p < 0,001$). Cela implique que plus le nombre de liens forts est élevé et plus la taille du réseau est étendue, plus l'accès aux ressources externes est facile. Ces résultats confirment notre hypothèse 4.

IV. DISCUSSION

A. Identification d'Opportunités Entrepreneuriales

Les résultats du modèle probit ordonné montrent que les variables liées au capital humain des équipes entrepreneuriales ont considérablement influencé l'identification des opportunités. Shane et Venkataraman (2000) ont montré que les entrepreneurs ayant des niveaux plus élevés de capital humain sont plus susceptibles de découvrir des opportunités perçues comme suffisamment attirantes pour démarrer leur propre entreprise.

Les expériences entrepreneuriales antérieures ont une influence positive sur le nombre d'opportunités identifiées. Dans le même ordre d'idées, Ucbasaran et al., (2009) ont confirmé, sur la base d'un échantillon de 630 entrepreneurs, que les entrepreneurs expérimentés ont identifié et exploité plus d'opportunités que les nouveaux entrepreneurs. Cependant, l'étude de (Bhagavatula et al., 2010) a confirmé que les expériences managériales ont affecté négativement l'identification des opportunités, ce qui prouve notre résultat pour les expériences managériales antérieures. Davidsson et Honig (2003) expliquent ce résultat par le fait que les activités de gestion peuvent favoriser des routines qui ne facilitent pas la reconnaissance d'opportunités et les procédures d'allocation qui ne sont pas adaptés à l'exploitation entrepreneuriale réussie.

La troisième variable du capital humain qui a une influence négative sur l'identification des opportunités est le niveau d'éducation. Deux explications possibles pour ce résultat: la découverte d'opportunités entrepreneuriales peut nécessiter un certain niveau d'éducation ou une qualité spécifique de formation par exemple la formation en création d'entreprise. En outre, Davidsson et Honig (2003) ont montré que ces attributs du capital humain peuvent influencer de différentes manières durant le processus d'identification des opportunités. Généralement, les résultats de notre étude ont montré que le capital humain représenté par le niveau d'éducation, les expériences managériales antérieures et les expériences entrepreneuriales préalables, a joué un rôle clé dans l'identification des opportunités.

La littérature en entrepreneuriat considère les réseaux sociaux comme un facteur déterminant dans la réussite de l'entreprise. Nos résultats ont confirmé le rôle de la taille du réseau, qui a influencé positivement le nombre d'opportunités identifiées par les équipes entrepreneuriales. En outre, les membres de l'équipe qui ont des réseaux étendus bénéficieront d'un meilleur accès à l'information qui leur permet d'exploiter de nouvelles idées et opportunités (Burt, 2004; Obstfeld, 2005). De même, Ardichvili et al. (2003) ont montré que le succès de

l'identification des opportunités est lié à l'existence et à l'utilisation d'un réseau social étendu.

En outre, nos résultats concernant la nature des réseaux sociaux ont montré un impact positif des liens faibles sur la capacité des équipes à identifier les opportunités entrepreneuriales. Selon Granovetter (1983), les liens faibles peuvent être considérés comme des ponts vers la nouvelle information différenciée, qui donnent aux entrepreneurs une meilleure chance de reconnaître les opportunités (Hill et al., 1997). De plus, Arenius et DeClercq (2005) ont montré que les entrepreneurs qui maintiennent des liens faibles ont identifié un nombre plus élevé d'opportunités que ceux qui ont des liens forts.

Ainsi, notre étude montre l'importance du capital social dans l'identification des opportunités par les équipes entrepreneuriales. Plus le réseau social des équipes entrepreneuriales est étendu et plus le nombre de liens faibles est élevé, plus le nombre d'opportunités identifiées est élevé.

B. Mobilisation des Ressources Externes

Les attributs du capital humain des équipes entrepreneuriales ont considérablement influencé la mobilisation des ressources externes. Les expériences entrepreneuriales antérieures et les expériences managériales préalables que possèdent les membres de l'équipe leur permettent un accès facile aux ressources externes. Beckman et al., (2007) ont montré que la probabilité d'obtenir des capitaux financiers augmente avec les expériences managériales antérieures acquises par l'équipe fondatrice. En outre, les personnes ayant des expériences entrepreneuriales préalables sont susceptibles d'être conscient des ressources nécessaires pour créer une entreprise réussie. Ces expériences permettent également aux entrepreneurs d'avoir plus d'informations et de connaissances pour choisir les détenteurs de ressources (Kotha et George, 2012).

Par conséquent, les personnes ayant des expériences entrepreneuriales antérieures peuvent requérir un niveau de qualité élevé pour leurs activités ultérieures (Gimeno et al., 1997), la valeur de ces entreprises sera, en moyenne, plus élevée que les entreprises fondées par des personnes qui n'ont pas d'expérience entrepreneuriale préalable (Kotha et George, 2012). Alors que Beckman et al., (2007) ont montré que les chances d'acquérir des ressources financières diminuent pour les équipes fondatrices ou les équipes de management qui ont des expériences entrepreneuriales antérieures.

La dernière variable du capital humain est le niveau d'éducation qui a influencé négativement l'accès aux ressources externes. Audretsch et Lehman (2004) ont montré que, dans un échantillon de 341 entreprises allemandes, le nombre des membres de l'équipe de management qui ont un diplôme de doctorat n'a pas d'impact sur l'accès au capital financier. Cet effet peut expliquer en partie nos résultats avec les membres de l'équipe entrepreneuriale qui avaient un niveau d'enseignement secondaire ou supérieur. Cependant, Engel et Keilbach (2007) ont confirmé que le niveau d'éducation des fondateurs a influencé fondamentalement la chance de recevoir des ressources financières auprès des détenteurs de ressources.

Ainsi, nos résultats ont montré que le capital social des équipes entrepreneuriales représenté par la taille des réseaux et les liens forts, joue un rôle clé dans la mobilisation des ressources externes. Plus le nombre des relations sociales est élevé, plus l'entrepreneur sera capable d'entretenir des relations avec le banquier, les responsables des établissements de crédit et les détenteurs de ressources. Ces liens permettent aux équipes entrepreneuriales un accès facile aux ressources externes et à moindre coût. Dans le même ordre d'idées, les études de (Birley, 1985; Hulsink et Elfring, 2003) ont montré que plus le réseau social des entrepreneurs est large, plus l'acquisition des ressources financières est facile.

En outre, les résultats de notre étude ont montré une influence positive des liens forts sur la mobilisation des ressources externes. Par conséquent, ce résultat reflète l'importance des relations familiales et des amitiés dans la création et l'appui de nouvelles entreprises (Ruef et al., 2003). De plus, Kotha et George (2012) ont constaté que les liens familiaux augmentent le nombre de ressources personnelles que l'entrepreneur peut obtenir. En outre, Bhagavatula et al., (2010) ont confirmé, sur un échantillon de 107 entrepreneurs, que les liens forts jouent un rôle crucial dans le processus d'acquisition des ressources, qui est un processus entrepreneurial clé affectant la performance de l'entreprise.

Bien que notre étude enrichit la littérature entrepreneuriale par les résultats trouvés qui soutiennent l'importance du capital humain et social dans l'identification des opportunités et la mobilisation des ressources externes. Cependant, ces résultats peuvent être généralisés à toutes les équipes entrepreneuriales tunisiennes étant donné que notre enquête a été réalisée dans la région de Sfax.

Toutefois, plusieurs études aient analysé les facteurs liés à la mobilisation des ressources, un petit nombre de recherches ont mis l'accent sur l'identification des opportunités par les équipes entrepreneuriales. Nos résultats confirment la valeur des expériences entrepreneuriales antérieures et des liens faibles pour identifier un grand nombre d'opportunités. En outre, l'accès aux différentes ressources a été facilité par les liens informels ainsi que le capital humain spécifique. Ces résultats ont des implications pour les financiers. En fait, de nombreux détenteurs de ressources réclament des expériences antérieures comme une caractéristique des entrepreneurs qui peuvent recevoir un crédit bancaire. Les recherches futures pourraient porter sur la nature des opportunités identifiées par les équipes entrepreneuriales et les moyens d'exploiter ces opportunités.

V. CONCLUSION

L'identification des opportunités entrepreneuriales et la mobilisation des ressources externes constituent deux processus clés pour tout projet entrepreneurial. La revue de la littérature sur les équipes entrepreneuriales a révélé le manque de recherches menées sur ce type d'entreprise. Le but de cette étude est d'examiner empiriquement la relation entre les différentes dimensions du capital humain et social des équipes entrepreneuriales tunisiennes et leur capacité à identifier les opportunités entrepreneuriales et l'accès aux ressources externes.

Cette recherche présente certaines limites. Etant donné que cette étude a observé un groupe ethnique, ces résultats peuvent être spécifiques à leurs contextes. Les résultats peuvent différer dans d'autres équipes entrepreneuriales des pays développés. En fait, les attributs du capital humain et les dimensions du capital social peuvent être distincts d'un pays à l'autre. Enfin, dans notre étude, nous avons limité l'analyse aux facteurs internes de l'équipe entrepreneuriale affectant l'identification des opportunités entrepreneuriales et la mobilisation des ressources externes. Cependant, il existe d'autres facteurs externes à l'équipe entrepreneuriale tels que l'environnement économique et politique qui peut encourager ou entraver la détection et l'exploitation des opportunités entrepreneuriales ainsi que l'obtention de ressources externes.

Outre, la valeur de la contribution empirique des expériences entrepreneuriales dans l'identification des opportunités et la mobilisation des ressources externes, cette étude apporte quelques contributions théoriques. Premièrement, nous suggérons que le capital humain spécifique des membres de l'équipe entrepreneuriale leur permette de surmonter les problèmes d'évaluation des ressources. Deuxièmement, notre recherche montre le rôle des liens forts des entrepreneurs dans la mobilisation des ressources pour l'exploitation des opportunités entrepreneuriales. Par conséquent, le problème de la mobilisation des ressources nécessaires peut être atténué par les expériences antérieures et les relations sociales informelles.

Les recherches futures sur les équipes entrepreneuriales peuvent continuer avec nos idées pour mettre en évidence l'importance du capital humain et du capital social tout au long des différentes phases du processus entrepreneurial. Par exemple pour étudier l'impact du capital humain et social sur la croissance et le succès des équipes entrepreneuriales.

Aknowledgments

Ce papier est un extrait de ma thèse de Doctorat. Nous remercions le comité de cette 6^{ème} Conférence Internationale en EGCI pour l'acceptation de notre article.

Références

- [1] A. Ardichvili, R. Cardozo, and S. Ray, "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development," *Journal of Business Venturing*, vol. 18, pp. 105–123, 2003.
- [2] P. Arenius, and D. D. Clercq, "A Network-based Approach to Opportunity Identification," *Small Business Economics*, vol. 24, pp. 249–265, 2005.
- [3] D. Audretsch, and E. Lehmann, "Financing high-tech growth: the role of banks and venture capitalists," *Schmalenbach Business Review*, vol. 56, pp. 340–357, 2004.
- [4] C. M. Beckman, M. D. Burton, and C. O'Reilly, "Early teams: the impact of team demography on VC financing and going public," *Journal of Business Venturing*, vol. 22, pp. 147–173, 2007.
- [5] S. Bhagavatula, T. Elfring, A. Tilburg, and G. G. Van de Bunt, "How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry," *Journal of Business Venturing*, vol. 25, pp. 245–260, 2010.
- [6] S. Birley, "The role of networks in the entrepreneurial process," *Journal of Business Venturing*, vol. 1, pp. 107–117, 1985.
- [7] J. Brüderl, and P. Preisendörfer, "Network support and the success of newly founded businesses," *Small Business Economics*, vol. 10(3), pp. 213–225, 1998.

- [8] P. Davidson, and B. Honig, "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs," *Journal of Business Venturing.*, vol. 18, pp. 310–331, 2003.
- [9] I. G. Kinias, "The Importance of the Entrepreneurial Background in the Detection and the Utilization of the Information," *Social and Behavioral Sciences.*, vol. 73, 564–572, 2013.
- [10] J. I. Jenssen, and A. Greve, "Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business start-ups?," *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research.*, vol. 8(5), pp. 254–267, 2002.
- [11] J. B. Kamm, J. C. Shuman, J. A. Seeger, and A. J. Nurick, "Entrepreneurial teams in new venture creation: a research agenda," *Entrepreneurship: Theory & Practice.*, vol. 14(4), pp. 7–17, 1990.
- [12] R. Kotha, and G. George, "Friends, family, or fools: Entrepreneur experience and its implications for equity distribution and resource mobilization," *Journal of Business Venturing.*, vol. 27, pp. 525–543, 2012.
- [13] K. A. Packalen, "Complementing capital: The role of status, demographic features, and social capital in founding teams' abilities to obtain resources," *Entrepreneurship Theory and Practice.*, vol. 31(6), pp. 873–891, 2007.
- [14] M. Ruef, H. Aldrich, and N. Carter, "The structure of founding teams: homophily, strong ties, and isolation among us entrepreneur," *American Sociological Review.*, vol. 68, pp. 195–222, 2003.
- [15] S. Shane, and S. Venkataraman, "The promise of entrepreneurship as a field of research," *Academy of Management Review.*, vol. 25, pp. 217–226, 2000.
- [16] J. Villanueva, A. H. Van de Ven, and H. J. Sapienza, "Resource mobilization in entrepreneurial firms," *Journal of Business Venturing.*, vol. 27, pp. 19–30, 2012.
- [17] E. Maine, P-H. Soh, and N. D. Santos, "The role of entrepreneurial decision making in opportunity creation and recognition," *Technovation.*, vol. 39-40, pp. 53–72, 2015.
- [18] K. M. Eisenhardt, and C. B. Schoonhoven, "Organisational Growth: Linking founding team, strategy, environment, and growth among U.S. semiconductor ventures, 1978-1988," *Administrative Science Quarterly.*, vol. 35, pp. 504–529, 1990.
- [19] R. Burt, "Structural holes and good ideas," *American Journal of Sociology.*, vol. 110, pp. 394–399, 2004.
- [20] W. H. Greene, *Econometrie Analysis, 4th ed.*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2000.
- [21] M. Granovetter, "The Strength of Weak Ties," *American Journal of Sociology.*, vol. 78, pp. 1360–1380, 1973.
- [22] M. Granovetter, (1983). "The strength of weak ties: a network theory revisited," *Sociological Theory.*, vol. 1, pp. 201–233, 1983.
- [23] T. Hellmann, and M. Puri, "Venture capital and the professionalization of start-up firms: empirical evidence," *Journal of Finance.*, vol. 57, pp. 169–197, 2002.
- [24] G. E. Hill, G. T. Lumpkin, and R. P. Singh, (1997). "Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs," in P. D. Reynolds et al. (Ed.), *Frontiers in Entrepreneurship Research*, 1997 p.168-182. Wellesley, MA: Babson College.
- [25] N. Lin, "Les ressources sociales: une théorie du capital," *Revue Française de Sociologie.*, vol. 36, pp. 685–704, 1995.
- [26] D. Obstfeld, "Social networks, the Tertius Iungens orientation, and involvement in innovation," *Administrative Science.*, vol. 50(1), pp. 100–130, 2005.

TABLEAU I
STATISTIQUES DESCRIPTIVES et CORRELATIONS des VARIABLES

	Mean	S.D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Age	38,5	4,30	1.00									
2 Taille équipe	3,63	1,10	,13*	1.00								
3 Niveau Education	3,2	,84	,009	,04	1.00							
4 Expérience entrepreneuriale	0,62	,48	-,08	-,08	-,03	1.00						
5 Expérience managériale	3,02	1,16	,004	,05	,04	,023	1.00					
6 Taille du réseau	3,77	,76	-,01	,02	,02	,081	-,11	1.00				
7 Liens forts	,55	,49	,15*	-,05	-,01	-,003	,002	,2**	1.00			
8 Liens faibles	,72	,44	-,02	-,14*	-,009	-,022	,10	-,02	,03	1.00		
9 Identification d'opportunités	2,42	,67	-,11	-,14*	-,09	,066	,01	,13*	-,05	,17**	1.00	
10 Mobilisation ressources externes	3,90	,94	-,15*	-,20**	-,27**	,32**	,18**	,24**	,22**	,12	-,01	1.00

*. Corrélacion est significative au niveau de 0.05.

** . Corrélacion est significative au niveau de 0.01.

TABLEAU II
MODELE DU PROBIT ORDONNE

Variables	Coefficients	S E	P value	Effets marginaux		
				Y= 1	Y= 2	Y= 3
Age	-0.0524	0.0195	0.0074	-5,51931E-07	0,0045	-0,0065
Taille équipe	-0.1666	0.0842	0.0480	-1,43961E-06	0,0047	-0,0063
Niveau éducation	-0.4371	0.1127	0.0001	-2,14015E-05	0,0245	-0,0336
Expérience entrepreneuriale	0.5847	0.1721	0.0007	-6,81601E-06	-0,0067	0,0089
Expérience managériale	-0.2485	0.0754	0.0010	-3,69374E-06	0,0080	-0,0108
Taille du réseau social	0.4293	0.1285	0.0008	-1,05208E-06	-0,0014	0,0019
Liens faibles	0.7024	0.1892	0.0002	-8,53222E-06	-0,0070	0,0093
Akaike info criterion	1.631794					
Log likelihood	-174.5768					
(Pseudo-R2)	0.177621					