

Le rôle médiateur du capital psychologique sur le comportement des entrepreneurs ivoiriens en quête de financement externe

The mediating role of psychological capital on the behavior of Ivorian entrepreneurs seeking external financing

Nanourou COULIBALY, (*Enseignant chercheur*)

*Laboratoire de Recherche en Gestion des Entreprises
Unité de Formation de Recherche des Sciences Économiques et de Gestion
Université Péléforo GON COULIBALY (UPGC) - Côte d'Ivoire*

Souleymane KONÉ, (*Enseignant chercheur*)

*Laboratoire de Recherche en Gestion des Entreprises
Unité de formation et de recherche (UFR) des sciences sociales
Université Péléforo GON COULIBALY (UPGC) - Côte d'Ivoire*

Kokora KOUADJO, (*Enseignant chercheur*)

*Laboratoire Droit, Economie et Gestion (LADEG)
Institut National Polytechnique Félix Houphouët-Boigny (INP-HB) - Côte d'Ivoire*

Adresse de correspondance :	UFR des sciences économique et de Gestion. Université Peleforo GON COULIBALY -UPGC - Korhogo Tel : 225 07 48 61 71 14 / 01 71 51 58 59 Email : info@upgc.edu.ci
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	COULIBALY, N., KONÉ, S., & KOUADJO, K. (2024). Le rôle médiateur du capital psychologique sur le comportement des entrepreneurs ivoiriens en quêtes de financement externes. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 5(11), 584-602. https://doi.org/10.5281/zenodo.14228421
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: October 10, 2024

Accepted: November 22, 2024

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

ISSN: 2658-8455

Volume 5, Issue 11 (2024)

Le rôle médiateur du capital psychologique sur le comportement des entrepreneurs ivoiriens en quête de financement externe

Résumé

L'intention entrepreneuriale joue un rôle essentiel dans la génération de nouvelles affaires. Bien que de nombreuses études aient montré que l'attitude influence la formation des intentions, rares sont celles qui discutent de cette relation en s'engageant de manière interactive avec le capital social et psychologique. Cette étude vise à développer un modèle structurel pour former l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des PME ivoiriennes qui implique l'interaction de du capital social et du capital psychologique à la recherche de financement externe. Les données ont été collectées de manière aléatoire grâce à un questionnaire en ligne rempli par 50 PME ivoiriennes. Une analyse théorique basée sur la théorie du comportement planifié (TPB) suivie d'une étude quantitative a été utilisée pour examiner le modèle de structure de développement des intentions entrepreneuriales. Les résultats révèlent que dans l'orientation entrepreneuriale, le capital psychologique influence de manière collaborative et interactive l'intention entrepreneuriale des PME dans la recherche de financement externe. Il a été démontré que le capital psychologique a un effet de médiation positif sur la relation entre l'orientation entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale. Enfin, le capital psychologique s'est également avéré un médiateur complet de l'impact sur l'intention entrepreneuriale. Les résultats de cette étude sont discutés et quelques propositions ayant des implications pour les praticiens, les opérateurs des petites et moyennes entreprises ont été également formulés.

Mot clés : Intention entrepreneuriale ; Capital social ; capital psychologique ; financement externe ; théorie du comportement planifié (TPB)

Classification JEL : L26

Type de l'article : Recherche appliquée

Abstract :

Entrepreneurial intention plays a vital role in generating new business. Although many studies have shown that attitude influences the formation of intentions, few discuss this relationship by interactively engaging with social and psychological capital. This study aims to develop a structural model to form the entrepreneurial intention of Ivorian SME entrepreneurs which involves the interaction of social capital and psychological capital in the search for external financing. Data was collected randomly using an online questionnaire completed by 50 Ivorian SMEs. A theoretical analysis based on the theory of planned behavior (TPB) followed by a quantitative study was used to examine the developmental structure model of entrepreneurial intentions. The results reveal that in entrepreneurial orientation, psychological capital collaboratively and interactively influences the entrepreneurial intention of SMEs in seeking external financing. Psychological capital has been shown to have a positive mediation effect on the relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention. Finally, psychological capital was also found to fully mediate the impact on entrepreneurial intention. The results of this study are discussed and some proposals with implications for practitioners and operators of small and medium-sized businesses have also been formulated.

Keywords: Entrepreneurial intention ; Social capital ; psychological capital ; external financing ; theory of planned behavior (TPB)

JEL Classification: L26

Paper type: Empirical research

Introduction

Depuis quelques années, l'entrepreneuriat est devenu une priorité nationale pour divers gouvernements (Mamun et Rajend, 2018). Il est associé à l'amélioration de l'innovation, à l'augmentation de la productivité, aux perspectives d'emploi et aux gains économiques (Farrukh et al., 2017 ; Kirkley, 2017 ; Parc, 2017). Les entrepreneurs jouent un rôle essentiel dans le développement économique en raison de leur formidable contribution à la croissance économique. Ainsi, il est impératif d'étudier les facteurs susceptibles d'affecter les intentions entrepreneuriales.

Les chercheurs ont montré que l'intention joue un rôle important dans la décision de démarrer une nouvelle activité entrepreneuriale ou développer leur performance (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018). De même, les chercheurs ont souligné l'importance de l'attitude, des aspects sociaux et psychologiques dans le développement des intentions entrepreneuriales (Ajzen, 2011 ; Ghani, Hooshangi et Hassan, 2013). Cependant, à ce stade, nous avons une compréhension limitée des facteurs préalables au développement d'intentions entrepreneuriales chez les PME, notamment les facteurs externes et internes qui influencent l'action et le comportement entrepreneurial (Franke et Lüthje, 2004). Les premiers incluent les facteurs macro-environnementaux, tels que la politique et l'écosystème du développement économique dans un contexte donné. Les seconds font référence aux facteurs micro-individuels, dont l'intention entrepreneuriale (IE). En termes de facteurs internes, l'IE est une variable largement utilisée pour prédire le comportement entrepreneurial, qui selon la littérature est basée sur la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991).

Ainsi, du point de vue des prédicteurs internes, il est nécessaire de prendre en compte d'autres facteurs individuels au-delà de l'intention entrepreneuriale, tels que les facteurs psychologiques. Cependant, peu d'études ont examiné les preuves des facteurs psychologiques dans les situations d'apprentissage ou de formation à l'entrepreneuriat (Yueh et al., 2020). Par exemple, Liu et al. (2019) ont étudié modèle qui met en évidence l'intention entrepreneuriale médiée par la passion entrepreneuriale en tant que facteur psychologique. Un autre exemple est celui de Wei et al.(2019) qui ont identifié l'auto-efficacité et la régulation des émotions (une dimension affective) pour influencer l'apprentissage entrepreneurial après l'échec.

Il est donc essentiel pour nous, d'essayer d'établir un mécanisme permettant de développer l'intention entrepreneuriale chez les responsables de PME. Pour y parvenir efficacement, il nous faut comprendre les facteurs qui conduisent à cette intention en nous servant de la théorie du comportement planifié (TPB). En effet, la théorie du comportement planifié (TPB) révélé dans la littérature que les intentions affectent le comportement à travers trois aspects, à savoir (a) l'**attitudes** envers le comportement, (b) le **contrôle comportemental** et (c) les **normes subjectives** (Ajzen, 2011). Le modèle d'événement entrepreneurial (MEE), une théorie souvent utilisée pour prédire l'intention entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982). Cette théorie est semblable au TPB, par les trois antécédents qu'elle propose pour prédire l'intention entrepreneuriale qui consiste en la **désirabilité perçue**, la **faisabilité perçue** et la **propension** ou la capacité à agir. Ces deux théories ont contribué de manière significative à l'étude des intentions entrepreneuriales et présentent toutes deux des liens et des similitudes. Certain auteur à l'instar de Schlaegel et Koenig (2014) affirment que les deux théories sont partiellement intégrées. D'autres mentionnent a fortiori qu'elles sont toutes deux mutuellement intégrées. Ces deux modèles présentent cependant, des différences, notamment. Ainsi, le modèle MEE ne prend pas en compte le rôle des facteurs sociaux, bien que Krueger et Kickul (2006) affirment que les aspects personnels et sociaux influencent l'intention entrepreneuriale. À partir de ces deux modèles, TPB et EEM, il est possible d'observer que les facteurs antérieurs à l'intention entrepreneuriale comprennent trois dimensions : l'**attitude**, les **dimensions sociales** et **psychologiques**.

Des études antérieures ont également souligné qu'une orientation entrepreneuriale est significativement liée à l'intention entrepreneuriale (Do et Dadvari, 2017). D'autres études antérieures ont également révélé que le capital social (les ressources dont dispose l'entrepreneur), jouent un rôle essentiel dans la formation des intentions entrepreneuriales (Liñán et Santos, 2007). Outre cela, ces études soutiennent que le capital psychologique est un puissant prédicteur d'un entrepreneuriat réussi (Jin, 2017) et est positivement lié à l'intention entrepreneuriale (Ghani et al., 2013). Enfin, il convient de noter que le capital relationnel correspond au potentiel d'interactions de l'entreprise avec son milieu et à sa capacité particulière à tisser des partenariats (Karolewicz, F., 2010). Ces résultats montrent dans des contributions antérieures que théoriquement et empiriquement, le capital psychologique est positivement associé à une performance accrue des dimensions **sociale, relationnelle, psychologique et des attitudes positives**.

D'autres études ont également examiné de façon individuelle, le rôle de l'attitude, du capital social et du capital psychologique dans le développement de l'intention de démarrer une nouvelle entreprise, d'acquérir plus de ressources, et de partenariats, mais peu d'études empiriques ont examiné l'interaction entre ces facteurs.

La littérature met en évidence l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique. Mais il existe très peu de recherches empiriques sur la motivation, l'attitude et les intentions entrepreneuriales des responsables de PME, surtout dans les pays en développement, notamment les pays de l'Afrique subsaharienne comme la Côte d'Ivoire. Par conséquent, La présente étude tente donc de combler les lacunes susmentionnées et de développer un modèle pour évaluer les effets de l'intention entrepreneuriale sur le comportement entrepreneurial dans la perspective du TPB et dans le contexte ivoirien.

Il s'agira, dans un premier temps, d'examiner théoriquement le modèle conceptuel des intentions entrepreneuriales sur le comportement. Puis, nous étudierons l'influence du capital psychologique et social sur le comportement entrepreneurial des dirigeants PME ivoiriens. En outre, nous testerons empiriquement et dans une démarche quantitative, l'effet médiateur du capital psychologique sur le comportement de ces dirigeants dans leur quête de financement. Cette démarche nous permettra d'obtenir des résultats concluants sur le rôle médiateur du capital psychologique, en lien au capital social, et relationnel dans la formation des intentions entrepreneuriales affectant le comportement des dirigeants PME. Enfin nous terminerons par des implications du modèle et des recommandations.

1. Revue de littérature

1.1 La théorie du capital humain et le capital psychologique dans le contexte de l'entrepreneuriat

Le capital psychologique (PC) a été reconnu comme un élément essentiel dans le domaine du comportement organisationnel au sein de la discipline de la psychologie positive. Le capital psychologique a été défini par Luthans et ses collègues à travers la théorie du capital humain pour décrire « l'état de développement psychologique positif d'un individu caractérisé par la nécessité d'atteindre des objectifs pour réussir ; avoir la confiance nécessaire pour accomplir des tâches difficiles ; se maintenir et rebondir lorsqu'il est confronté à des problèmes et de faire une attribution positive ». (Luthans et al., 2007, p.542).

Dans sa nature, la théorie du capital humain démontre que le capital psychologique (CP) est une ressource semblable à un état positif plutôt qu'à un trait. Cela signifie que le PC est malléable, ouvert au développement et facile à modifier, tandis qu'une ressource semblable à un trait est plus fixe, stable et difficile à modifier (Luthans et al, 2017).

Ainsi, on peut s'attendre à ce que le PC se développe au fil du temps grâce à une formation ciblée et à de courtes interventions. La littérature existante suggère que la CP est théoriquement

influencée par la conation, les évaluations cognitives positives, des mouvements et mécanismes sociaux (Youssef et Luthans, 2013 ; Youssef-Morgan et Luthans, 2013).

Sur la base de ses définitions, la CP est une construction de second ordre composée d'espoir, d'efficacité personnelle, de résilience et d'optimisme. Bien que les quatre composantes de premier ordre aient leurs propres caractéristiques, elles partagent un point commun qui est « une évaluation positive des circonstances et de la probabilité de réussite basée sur un effort motivé et une persévérance » (Luthans et al., 2007, p. 550). Une telle évaluation positive est mesurée pour capturer le sentiment de contrôle et d'intentionnalité d'un individu dans le processus de poursuite d'un objectif. À ce jour, la construction de base du PC combinant quatre dimensions a été reconnue empiriquement avec des mesures valides.

Plus précisément, l'espoir est défini comme un état de motivation dans la réussite basée sur l'orientation vers un objectif et les voies d'action menant au succès (Snyder et al., 1991) ; l'efficacité est la confiance dans les capacités d'une personne à accomplir avec succès une tâche spécifique dans les limites de ses ressources (Luthans, 2002) ; et la résilience est décrite comme une adaptation positive pour rebondir face aux obstacles, à l'adversité, et les échecs dans une situation à risque (Masten et al., 2009). L'optimisme reflète des attributs positifs et des attentes pour l'avenir, même face à des événements négatifs ou à de la frustration. (Seligman, 1998). De manière synergique, les quatre ressources du PC peuvent aider une personne à avoir des évaluations raisonnables et à maintenir un état psychologique positif conduisant à une réussite dans des conditions complexes.

Le PC est pertinent dans le contexte de l'entrepreneuriat. Il contribue à l'entrepreneuriat durable (Kyrö, 2015). Les individus entrepreneurs ont l'intention de générer de nouvelles idées et de les concrétiser. Cela les oblige à entreprendre des actions à travers de nouvelles opportunités. Pour atteindre cet objectif, les entrepreneurs doivent utiliser les ressources naturelles et sociales en utilisant correctement divers capitaux, y compris le capital humain, tel que le capital Pycologique (PC). En effet, le PC, détermine l'intelligence émotionnelle d'un individu et le motive à atteindre un objectif particulier grâce à ses compétences entrepreneuriales dans un processus de prise de décision. Ainsi, le PC est fortement pertinent dans un contexte entrepreneurial (Tsai et al., 2020).

1.2 Développement d'hypothèses

1.2.1 L'acquisition de connaissance entrepreneuriale et comportement entrepreneurial

Le comportement entrepreneurial (EB) est exprimé par des individus combinant l'autodétermination, l'auto-efficacité et l'identité personnelle en fonction de valeurs, de croyances et de besoins spécifiques (Kirkley, 2016). La littérature indique qu'il peut exister des relations importantes entre la connaissance et les résultats des entrepreneurs. Par exemple, Unger et coll. (2011) dans une étude, ont constaté une relation plus forte entre le capital humain lié aux tâches de façon générale et la performance entrepreneuriale.

La théorie du capital humain est une théorie appropriée pour expliquer l'impact de la connaissance entrepreneuriale sur le comportement entrepreneurial. Les chercheurs notent qu'il peut exister des liens positifs importants entre le comportement entrepreneurial et les actifs en capital humain constitué du capitale psychologique, social et relationnel (Martin et al., 2013). Sur la base de la théorie du capital humain, le comportement entrepreneurial est le résultat de la connaissance entrepreneuriale (la maîtrise de sphère entrepreneuriale), tout comme l'investissement en capital humain devient un actif du capital humain (Martin et al., 2013). De plus, selon Marvel's et al. (2016), la littérature indique que la connaissance entrepreneuriale est l'un des construits du capital humain et cette dimension est l'une des plus couramment utilisées. Ainsi, le comportement entrepreneurial est la résultante de l'ingéniosité des tâches et des construits, desquels dépendent le processus entrepreneurial. En outre, des recherches

empiriques soutiennent également des liens positifs entre la connaissance entrepreneuriale et le comportement entrepreneurial dans un contexte de formation des entrepreneurs. Par exemple, l'étude de Rauch et Hulsink (2015) a identifié une corrélation positive entre la performance des entreprises et la formation dont ont bénéficié les dirigeants. Il soutient donc qu'un bon comportement entrepreneurial est le fruit d'une bonne connaissance, une bonne maîtrise de la sphère entrepreneuriale. Nous proposons donc : Hypothèse 1

H1 : la connaissance entrepreneuriale soutenue par la formation et l'éducation serait positivement liée au comportement entrepreneurial en termes de performance.

1.2.2. L'attitude, l'intention entrepreneuriale et Théorie du comportement planifié (TPB)

L'intention entrepreneuriale est considérée comme l'aspect le plus critique pour la création future de nouvelles entreprises (Vu, Dang et Nguyen, 2019). Le comportement humain est soit un stimulus-réponse, soit planifié (Krueger, 2009). Ainsi, le comportement de l'entrepreneuriat peut être considéré comme un comportement planifié (Rodríguez-Cohard et Rueda-Cantuche, 2011). Tous les comportements planifiés doivent avoir été intentionnels forgés (Krueger, 2009). Ainsi, si l'on considère l'entrepreneuriat comme un processus en plusieurs étapes pouvant conduire à la création d'une entreprise, l'intention est la première étape à considérer (Krueger et al., 2000).

L'**intention entrepreneuriale** est l'état d'esprit d'un individu qui dirige son attention et son expérience personnelle vers un comportement entrepreneurial planifié (Do & Dadvari, 2017). L'intention est expliquée comme des facteurs de motivation qui influencent le comportement, indiquant ainsi, l'effort proposé par un individu pour mettre en pratique un comportement planifié (Liñán & Santos, 2007). Ainsi, plus l'intention d'accomplir un acte est élevée, plus la probabilité de son accomplissement est élevée.

L'intention de démarrer une nouvelle entreprise dépend du désir et de la faisabilité d'une personne de créer une entreprise (Shapero & Sokol, 1982). La **désirabilité** perçue explique le niveau d'intérêt qu'une personne ressent envers certains comportements, comme être entrepreneur. La **faisabilité** perçue est, quant à elle, la perception de leur capacité à entreprendre des actions spécifiques (par exemple, devenir entrepreneur). De même, la théorie du comportement planifié (TPB) d'Ajzen (2011) explique que les **attitudes** à l'égard du comportement façonnent l'**intention entrepreneuriale**, le **contrôle comportemental** perçu et les **normes subjectives**. Ces normes contribuent à la force de l'intention envers la performance d'un comportement donné. Le cadre théorique du TPB est souvent appliqué dans la recherche entrepreneuriale et constitue le cadre le plus établi et le plus efficace pour analyser les intentions comportementales (Liñán et al., 2011). Cette théorie souligne que l'intention d'adopter certains comportements est façonnée par le désir des individus d'exécuter leur comportement et par leurs croyances en leur capacité à le faire.

Selon Ajzen (1988), l'**attitude** affecte les intentions individuelles et influence simultanément le comportement (Ajzen, 2011). Cela signifie que les attitudes jouent un rôle essentiel dans la création des intentions et deviennent un facteur déterminant dans la formation du comportement (Nguyen et al., 2019). De plus, Robinson, Stimpson, Huefner et Hunt (1991) ont expliqué qu'une attitude entrepreneuriale se compose de caractéristiques personnelles telles que **la personnalité, l'innovation, la prise de risque, le besoin de réussite, la confiance en soi et le lieu de contrôle**.

Les chercheurs ont souvent associé l'intention entrepreneuriale à une orientation vers l'attitude entrepreneuriale, affirmant que l'attitude entrepreneuriale peut influencer le comportement entrepreneurial à travers l'intention entrepreneuriale (Krueger, 2000). L'attitude, l'intention et le comportement semblent tous interagir pour affecter le développement du comportement entrepreneurial. Ainsi, nous émettons l'hypothèse suivante : Hypothèse 2

H2 : L'attitude entrepreneuriale aurait un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des dirigeants qui traduisent de manière subséquente le développement du comportement entrepreneurial.

1.2.3 Capital psychologie et comportement entrepreneurial

La motivation vers la réussite ou le besoin de réussite peut être définie comme la probabilité de réaliser quelque de la meilleure des façons, par rapport aux autres, ou par rapport à ses propres performances antérieures que Hansemark, (2003) qualifie de capital psychologique. Parlant du capital psychologique, McClelland (1961) explique que les personnes qui ont besoin de réussite sont pour la plupart travailleuses, ambitieuses et compétitives. Ils essaient toujours d'améliorer leur position sociale et d'obtenir de meilleurs résultats (McClelland, 1961). La prise de risque peut être définie comme la probabilité qu'un individu soit exposé aux facteurs de risque (Rauch et Frese, 2007). En d'autres termes, les individus qui ont une personnalité à risque élevé sont enclins à poursuivre des actions ou des décisions qui sont incertaines et qui s'accompagnent de risques d'échec (Stewart et Roth, 2001). Ce facteur peut être également utilisé pour différencier les entrepreneurs des non-entrepreneurs (Stewart et Roth, 2001).

De plus, une méta-analyse de Avey et al. (2011) conclut que dans le contexte de l'entrepreneuriat, le capital psychologique a un effet positif sur l'intention de créer une entreprise chez les jeunes entrepreneurs naissants (Jin, 2017). Selon la théorie du comportement planifié, l'intention peut prédire le comportement, de sorte que le capital psychologique soit théoriquement lié au comportement entrepreneurial. Ainsi l'intention est une composante du capital psychologique, et qui naturellement a un impact positif sur le comportement entrepreneurial en termes de performance, perception environnementale et de reconnaissance des opportunités chez des travailleurs (Ma et al., 2018).

De même d'autres études ont montré que le capital psychologique conditionne le développement psychologique positif de l'individu caractérisé par quatre attributs psychologiques : **l'efficacité personnelle, l'optimisme, l'espoir et la résilience** (Çavuş & Kapusuz, 2015). La première, l'auto-efficacité, est une construction synonyme de confiance en soi et la capacité de l'individu à accomplir des tâches spécifiques (Çavuş & Kapusuz, 2015). Le second, l'optimisme, qui peut être défini comme les intentions et les attentes psychologiques de résultats plus meilleurs pouvant affecter positivement la santé mentale et physique, la satisfaction humaine (Çavuş & Kapusuz, 2015). Le troisième, l'espoir, est une attente qui donne aux gens « une détermination intériorisée et une volonté d'investir de l'énergie » pour atteindre les objectifs escomptés (Luthans et Youssef, 2004). Enfin, la résilience est la capacité de s'adapter face à des risques ou à des difficultés importantes (Luthans & Youssef, 2004).

Le capital psychologique, en plus d'être lié aux attributs d'efficacité personnelle, l'optimisme, d'espoir et de résilience perçus dans le TPB (Ajzen, 2011), s'applique également au concept de faisabilité (Shapero & Sokol, 1982). Le développement du modèle réalisé par Zaremohzzabieh et al. (2019) dans la théorie de l'intention entrepreneuriale sociale affirme que la désirabilité et la faisabilité perçues négocient la relation entre l'attitude envers le comportement et l'intention entrepreneuriale. Le capital psychologique fait donc également partie de l'étude de la théorie de la motivation, qui examine les variables optimistes, l'espoir, l'auto-efficacité et la résilience. Par conséquent, selon notre compréhension psychologique, le capital a la même fonction que la désirabilité et la faisabilité perçues et est censé médier la relation entre l'attitude envers le comportement et les intentions entrepreneuriales. De même, une augmentation positive du capital psychologique influencera directement l'orientation entrepreneuriale dans le sens d'une améliorera des performances (Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y., 2020). Ce qui nous emmène à proposer l'hypothèse suivante.

Hypothèse 3 (H3) : Le capital psychologique constitué d'espoir, d'auto-efficacité, de résilience et d'optimisme serait positivement lié au comportement entrepreneurial.

1.2.4 Le rôle médiateur du capital psychologie

Les recherches existantes ont montré que les composantes du capital psychologique pourraient être apprises et renforcées grâce à des interventions pertinentes. En effet, l'exemple donné par Bakker et al., (2017) démontre que le capital psychologique affecte le comportement des gens de plusieurs manières et par conséquent il devient un facteur de médiation. Des études comme celle de Donaldson, (2013) ont montré que le capital entrepreneurial (patrimoine de l'entreprise de manière générale) conduit à une réussite entrepreneuriale à travers le capital psychologique. Le capital psychologique devient ainsi un des prédicteurs importants de la réussite entrepreneuriale (Martin et al., 2016 ; Zhao et al., 2020). De même le capital psychologique lié à l'intention entrepreneuriale dans son ensemble (Contreras et al., 2017), pourrait expliquer une variation significative dans la performance des nouvelles entreprises (Hmieleski et Carr, 2008). Cela indique en théorie que le capital psychologique est un état de sentiments, d'humeurs ou d'émotions, et ainsi, le rôle médiateur du capital psychologique entre l'intention, la formation ou l'apprentissage et le comportement peut être expliqué du point de vue émotionnel.

La théorie de l'apprentissage soutient que l'apprentissage est un processus complexe acquis par l'intégration de pensées, d'émotions et d'actions (Jarvis, 2006), et la théorie de l'entrepreneuriat postule que l'entrepreneuriat est un voyage émotionnel par nature. D'autres recherches indiquent également que différentes conceptions éducatives de création de valeur déclenchent des événements émotionnels d'interaction fréquente avec le monde extérieur, notamment l'affection du bonheur, de la frustration, de la colère et du désespoir (Lackeus, 2014). De même, la connaissance de l'entrepreneuriat et le renforcement des capacités intellectuelles en matière d'entrepreneuriat renforcent l'intention entrepreneuriale médiée par les émotions des dirigeants, notamment l'efficacité personnelle, l'optimisme, l'espoir et la résilience qui sont des attributs essentiels au développement psychologique et l'individu et de l'entrepreneur en particulier. Des études de cas également ont révélé que les attitudes professionnelles individuelles et les actions entrepreneuriales sont positivement liées au capital psychologique positif (Rasyid et Bangun, 2015). Ainsi, nous pensons que le capital psychologique est un bon médiateur dans l'orientation des attitudes et l'intention entrepreneuriale. Dans cette optique, nous suggérons que :

Hypothèse 4 (H4) : Capital psychologique jouerait un rôle médiateur dans la relation entre le renforcement de l'intention entrepreneuriale et la performance du comportement entrepreneurial.

1.2.5 Le rôle médiateur du capital psychologique : capital social, relationnel et intention entrepreneuriale dans la préférence pour le financement externe.

L'intention de performance et de croissance d'une entreprise pour des objectifs de développement entraîne l'entrepreneur à rechercher des sources de financement (Ali, 2018). Les théories économiques suggèrent que les entrepreneurs-dirigeants de petites entreprises (PME) peuvent poursuivre des objectifs économiques et des objectifs non économiques qui affectent leurs plans de performance, de croissance et de développement. (Davidsson, 1991 ; Tundui, 2012), En supposant que les entrepreneurs-dirigeants prennent la décision de se développer ou non en fonction des ressources disponibles (Peterraf, 1993), les théories suggèrent que la capacité d'identifier et d'acquérir des ressources en temps opportun encouragera les entreprises à s'efforcer dans le chemin du développer et de croître à l'avenir (A.N. Berger et Udell., 1998). Dans ce contexte, les objectifs de pérennité des entrepreneurs-dirigeants pour leur entreprise peuvent constituer un socle solide dans leur décision de financement, en particulier lorsqu'ils souhaitent développer davantage leur entreprise.

Par ailleurs, Mohamed Zabri et al, 2015) soutiennent que les préférences des entrepreneurs dans leurs objectifs commerciaux et les motivations à l'égard des préférences en matière de financement revêtent également une grande importance pour comprendre les pratiques

financières des entreprises. En effet, Si l'objectif principal d'une entreprise est de réaliser une performance ou une croissance, les entrepreneurs peuvent être plus actifs dans l'acquisition de financements externes (Rao & Kumar, Citation2018). Ainsi, les entreprises ayant de plus grandes perspectives de croissance sont perçues comme ayant un plus grand besoin de financement externe et vice versa (Hamilton & Fox, Citation1998 ; Osei-Assibey, Citation2013). En outre, il ya lieu de comprendre que les besoins en capital varient selon les différentes phases de la croissance de l'entreprise, à savoir la formation, la croissance rapide, la croissance jusqu'à maturité, la maturité et le déclin (La Rocca et al., Citation2011). Ainsi, les petites ou les jeunes entreprises peuvent être également en mesure d'acquérir des fonds provenant de sources internes, telles que les revenus, et de sources informelles, telles que la famille et les amis. En revanche, davantage de capitaux sont nécessaires à mesure que l'entreprise se développe, puis à terme, l'entreprise doit se tourner vers des sources externes, telles que les banques soient pour un financement des besoins en fonds de roulement, ou soit pour l'augmentation du capital social. Le capital social sera donc formé et conceptualisé à travers les relations sociales (Seibert, Kraimer et Liden, 2013).

Le capital social est la valeur obtenue par les individus à travers les interactions sociales pour développer leur capacité sociale. Les individus dotés d'un capital social élevé ont tendance à être plus dignes de confiance, plus coopératifs (Hasan, Hoi, Wu et Zhang, 2016). Dans certaines études, les chercheurs considèrent le capital social comme une ressource précieuse qui ouvrent l'accès à diverses autres ressources telles que la finance, les ressources intellectuelles, les informations sur le marché et les clients (Sengupta, 2010). Certaines études évoquent que le capital social du dirigeant se forme grâce aux interactions sociales dans l'environnement des affaires, comme celles avec les partenaires, fournisseurs, clients, financiers, l'État. D'autres études antérieures ont décrit le capital social avec les caractéristiques des communautés de cohésion, des amitiés claniques, de la cohésion sociale du quartier et de la confiance (Paiva et al., 2014).

Les contributions de Zaremohzzabieh et al. (2019) ont proposé l'application du modèle TPB à la formation d'intentions d'entrepreneuriat social. Ils concluent que le capital social pourrait influencer l'intention d'entrepreneuriat social par le biais d'un contrôle comportemental perçu (résultat de l'organisation). De même, Malebana (2016) proposant le modèle TPB par a déclaré que le contrôle comportemental perçu joue un rôle crucial dans la médiation du capital social et l'intention entrepreneuriale. Ainsi dans la théorie TPB du contexte entrepreneuriat, le contrôle comportemental perçu est le même que le concept de capital psychologique qui inclut l'auto-efficacité, l'optimisme, l'espoir et la résilience, qui affecte également le besoin de recherche de financement externe, la quête d'un capital relationnelle, fruit de la constitution du capital social.

À cet égard l'hypothèse suivante est développée (H5):

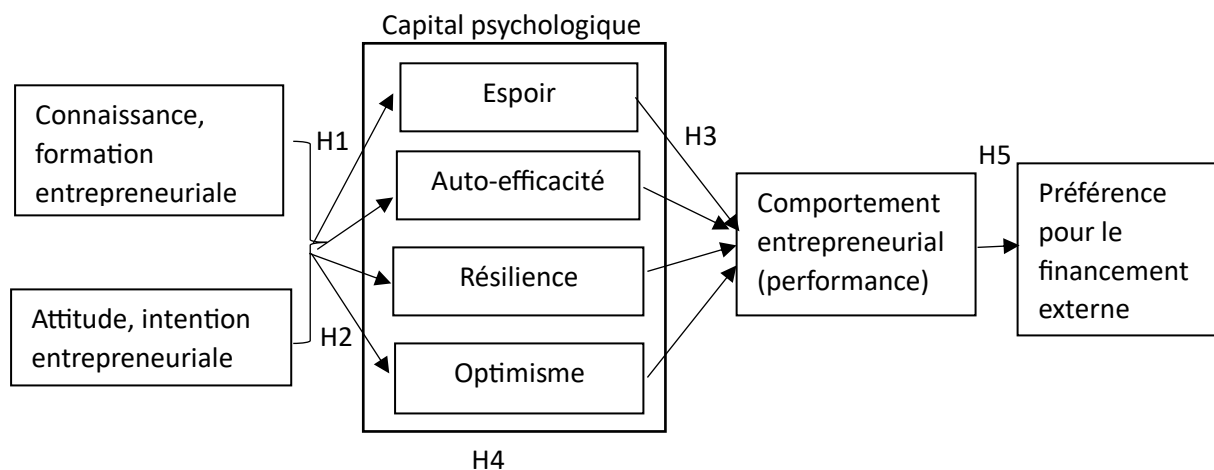
H5 : Le capital psychologique exercerait un effet significatif sur la préférence pour le financement externe, la formation du capital relationnel contribuant au capital social de l'entreprise.

En nous appuyant sur la littérature de la théorie du comportement planifié et sur le capital psychologique, nous avons développé un modèle de recherche pour expliquer le mécanisme d'influence sur le comportement entrepreneurial dans un contexte des entrepreneurs PME ivoiriennes. Comme l'illustre la figure 1, les facteurs que nous théorisons influencent le comportement entrepreneurial ne sont pas seulement le facteur des capacités, mais également les facteurs psychologiques. En nous appuyant sur la théorie TPB, nous émettons l'hypothèse que le comportement entrepreneurial des dirigeants PME est prédit par leur implication dans la formation, la connaissance entrepreneuriale (H1). Pour comprendre le rôle du capital psychologique, nous étudions également les relations entre, l'attitude l'intention entrepreneuriale des dirigeants, la capitale psychologique et le comportement entrepreneurial

(H2 et H3), ainsi que le rôle médiateur du capital psychologique (H4). Nous étudions également l'effet du capital psychologique sur la préférence pour le financement externe, la formation du capital relationnel contribuant au capital social de l'entreprise. (H5).

La figure 1 illustre un cadre conceptuel des liens directs entre les variables indépendantes et dépendantes sélectionnées inhérentes au capital psychologique sous la base du comportement planifié des dirigeants dans leurs préférences de financement externe.

Figure 1. Cadre conceptuel des variables endogènes, exogènes et de contrôle



Source : Auteur

2. Méthodologie de recherche

2.1 Le cadre et terrain d'étude

L'étude empirique s'est déroulée en Côte d'Ivoire, notamment à Abidjan auprès de 15 petites et moyennes entreprises. Elle s'est inscrite dans un paradigme positiviste de nature quantitative. Nous avons choisi la méthode quantitative dans la mesure où elle permet de mesurer et d'analyser des données numériques avec précision, de mesurer des corrélations entre des variables quantifiables. Les enquêtes quantitatives fournissent des résultats objectifs et généralisables, souvent inaccessibles par les méthodes qualitatives (McCusker et Gunaydin, 2015) Pour y parvenir, nous avons utilisé un questionnaire auquel les entreprises sollicitées ont majoritairement répondu.

2.2 La collecte de données et échantillon

Dans cette étude, les données ont été collectées auprès de 15 petites et moyennes entreprises en Côte d'Ivoire, notamment dans la capitale économique Abidjan en utilisant un questionnaire adressé aux entreprises sélectionnées. Au total, 15 PME ont été sélectionnées en raison de leur maîtrise de l'environnement entrepreneurial. Par conséquent, les participants sont aptes à fournir des informations riches dans le contexte de la formation à l'entrepreneuriat, l'intention du dirigeant et le contrôle comportemental entrepreneurial.

Le volontariat et l'anonymat ont été garantis lors de la collecte des données avec un taux de réponse de 95%. Enfin, au total de 15 échantillons valides ont été utilisés dans cette étude.

• Mesures

La mesure de cette étude a été adaptée de la littérature existante et les échelles ont été testées sur des PME des différentes communes du district d'Abidjan et révisées en fonction de leurs commentaires.

• Le capital psychologique (PC)

Le capital psychologique (PC) a été mesuré selon Luthans et al. (2007) en prenant en compte quatre sous-dimensions : espoir, efficacité personnelle, résilience et optimisme, pour capturer l'état psychologique et émotionnel des dirigeants PME. Il a été adapté à la culture, la

connaissance, l'éducation à l'entrepreneuriat sur la base de la littérature existante (Zeffane, 2013 ; Crane, 2014 ; Sieger et al., 2014). Auxquels on ajoute, l'attitude, l'intention entrepreneuriale et le comportement entrepreneurial. Au total, 17 items ont été utilisés pour mesurer les quatre composants du capital psychologique. L'espoir a été évalué à l'aide de quatre éléments, dont un exemple était : « Que ce soit seul ou en travaillant avec d'autres, je fais généralement de mon mieux. »

L'auto-efficacité était mesurée dans des situations entrepreneuriales avec sept éléments, et un exemple d'élément était « Je peux devenir un leader et un coordinateur maintenant ». La résilience a été évaluée à l'aide de quatre éléments, par exemple : « Je suis prêt à innover pour changer un environnement difficile ».

L'optimisme était mesuré à l'aide de trois éléments, par exemple : « En période d'incertitude, je m'attendrais au meilleur ». Il a été demandé aux participants d'exprimer leur accord avec chaque affirmation sur une échelle de Likert à 7 points. Chaque sous-construit a été noté selon une valeur moyenne allant de 1 à 7.

- **Comportement entrepreneurial**

Le comportement entrepreneurial (CE) a été mesuré sur la base des travaux de Rauch et Hulsink (2015) par trois questions visant à saisir la profondeur et l'étendue du CE des entrepreneurs. La première question était une question binaire « oui » ou « non » et demandait si le participant avait créé sa propre entreprise.

Si « oui », alors obtenez un score de 5. Si « non », alors passez à la deuxième question qui était également une question binaire demandant si les entrepreneurs essayaient actuellement de démarrer une nouvelle entreprise.

Si « oui », alors vous avez obtenu 4 ; Si « non », passez à la troisième question d'une question à choix multiples pour demander aux répondants de sélectionner des activités comportementales en entrepreneuriat parmi une liste de 18 éléments pour les activités comportementales cochez 1 et pour « rien du tout » (score de 0). Parmi eux, 18 comportements étaient liés à la création d'entreprise (par exemple, économiser de l'argent pour investir dans une entreprise ou autofinancement, recherchez un financement externe, démarrer des activités de marketing ou de promotion, re), notant 1 pour la sélection de 1 à 6 comportements, 2 pour 7 à 12 comportements et 3 pour plus de 12 comportements.

- **Formation entrepreneuriale**

L'éducation entrepreneuriale (FE) a été mesurée à partir de la littérature existante avec au total 12 éléments binaires « oui » ou « non » (Sieger's et al., 2014 ; Arranz's et al., 2017). Parmi eux, deux items portaient sur les séminaires de formation et des formations en ligne. Dix autres éléments ont été créés par Arranz's et al. (2017) se sont concentrés sur les activités de communication en face à face avec un entrepreneur expérimenté et le projet d'incubation entrepreneuriale. Il a été demandé aux entrepreneurs de répondre s'ils avaient participé à ces activités de type pédagogique. Nous avons noté 0 ou 1 pour chaque élément.

Par conséquent, le score de la variable FE a été résumé par chaque score de l'item, capturant le degré d'implication des étudiants dans l'EE.

- **La préférence pour le financement externe.**

La préférence pour le financement externe (PFE) a été mesurée sur la base des travaux Colot, O., Croquet, M., & Pozniak, L. (2010) par deux questions visant à saisir la profondeur et l'étendue du PFE des entrepreneurs. La première question était une question binaire « oui » ou « non » et demandait si le participant a opté pour l'autofinancement ou le financement externe ou les deux types de financement (TF). Nous avons noté 0, 1 ou 2 respectivement pour chaque élément. Ainsi, le score de la variable PEF a été résumé par la prise en compte de chaque score de l'item individuellement, capturant la dimension de prise de décision de financement des entrepreneurs.

- **Variables de contrôle**

Le niveau d'étude de l'entrepreneur, l'année de création de l'entreprise, le domaine d'activité et le type d'entreprise (TE) ont été contrôlés par des variables dichotomiques (Nabi's et al., 2017). De plus, des études antérieures ont indiqué que l'état initial de l'intention entrepreneuriale peut affecter l'état actuel de l'intention (Fayolle et Gailly, 2015). Ainsi, dans cette étude, le niveau initial d'intention entrepreneuriale a été contrôlé. Il a été demandé aux entrepreneurs d'évaluer leur degré initial d'intention entrepreneuriale (IE) sur une échelle Likert à 7 points allant de 1 (niveau très faible) à 7 (niveau très élevé).

3. résultats

Nous avons analysé la fiabilité et la validité des mesures. Dans cette étude, la variable du capital psychologique (CP) est un construit composite avec des mesures réflexives. La fiabilité est généralement évaluée par l'alpha (α) et la fiabilité composite (CR) de Cronbach. Dans le tableau 1, toutes les valeurs de α et CR dépassent le seuil de 0,7 (MacKenzie et al., 2011) allant de 0,813 à 0,961. De plus, en utilisant l'analyse factorielle confirmatoire (CFA), toutes les saturations sont supérieures à 0,7, allant de 0,775 à 0,895. Ceux-ci montrent que la construction était très fiable. La validité a été examinée par la variance moyenne extraite (AVE). Le tableau 1 montre que tous les scores AVE (de 0,609 à 0,803) dépassent la valeur seuil de 0,5 (Schmiedel et al., 2014), suggérant ainsi une bonne validité convergente.

- **Test d'hypothèse**

Le logiciel Xlstat12 a été utilisé pour tester les hypothèses proposées dans un modèle à quatre médiateurs avec variables de contrôle. Les coefficients de chemin (β) et les valeurs p sont résumés dans le tableau 2 et 3.

Premièrement, l'effet direct de la formation à l'entrepreneuriat (FE) sur le comportement entrepreneurial (CE) a été testé en termes de l'hypothèse 1, et les résultats sont présentés dans le tableau 3. Parmi les variables de contrôle, il est à noter que le sexe influence négativement le CE, tandis que l'entrepreneuriat initial et l'intention (IE) influence positivement le CE. Les résultats montrent que la FE est positivement lié au CE ($\beta = 0,106$; $p < 0,001$) et que H1 est donc pris en charge.

Les effets directs de l'FE sur les quatre facettes du capital psychologique (CP) ont été testés, correspondant aux hypothèses 2a, 2b, 2c et 2d. Les résultats sont également présentés dans le tableau 2. Parmi les variables de contrôle, on note que le sexe, l'institution et l'IE influencent les quatre facteurs du CP (positivement ou négativement). Les résultats ont révélé que l'FE influence positivement les quatre PC, à savoir l'espoir ($\beta=0,061$; $p<0,05$), l'auto-efficacité ($\beta=0,186$; $p<0,001$), la résilience ($\beta=0,095$; $p<0,01$) et optimisme ($\beta=0,117$; $p<0,001$). Ces résultats sont cohérents avec H2.

De plus, les effets directs de quatre CP sur le CE, correspondant aux hypothèses 3a, 3b, 3c et 3d, ont été testés. Dans le tableau 2, les résultats indiquent que le CE est influencé uniquement par l'auto-efficacité ($\beta=0,095$; $p<0,05$), mais par les coefficients d'espoir ($\beta=-0,044$; $p>0,05$), de résilience ($\beta=-0,042$; $p> 0,05$) et l'optimisme ($\beta=0,014$; $p>0,05$) n'est pas significatif. Ainsi, H3b est pris en charge, mais H3a, H3c et H3d ne le sont pas.

Ensuite, les effets indirects de quatre médiateurs ont été testés.

Les résultats de l'analyse de médiation sont présentés dans le tableau 3.

Les effets indirects de l'espoir ($\beta=-0,003$), de la résilience ($\beta=-0,005$) et de l'optimisme ($\beta=0,006$) sur la relation entre IE, AE, FE et le CE ne sont pas significatifs ($p>0,08$). Cependant, l'effet indirect spécifique de l'auto-efficacité ($\beta = 0,019$; $p < 0,05$) et des confiances d'amorçage [0,007, 0,032] est significatif. Cela indique que l'auto-efficacité joue un rôle médiateur dans le lien FE-CE, contrairement aux trois autres PC. Par conséquent, H4b est pris en charge et H4a, H4c et H4d ne le sont pas. De même, H5b est pris en charge et H5a, H5c et H5d ne le sont pas.

Ensuite, l'ampleur des effets indirects a été examinée. Dans le tableau 3, l'effet total (c) de la FE sur l'CE est de 0,119 (p <0,001), l'effet direct (c') est de 0,106 (p <0,001) et l'effet indirect total (ab) est de 0,013 (p <0,05), ce qui suggère que les médiateurs contribuent au total à hauteur de 11,11 % (ab/c) à l'effet total dans les lien FE-CE, IE-CE, AE-CE .

Enfin, le modèle de recherche a été testé par morceaux pour confirmer la robustesse. Deux médiateurs IE et AE à la fois ont été ajoutés à l'effet principal de la FE sur le CE. Des analyses de médiation ont été réalisées quatre fois. Ces quatre résultats distincts sont cohérents avec les résultats du modèle global pour nos tests d'hypothèses, indiquant que nos résultats sont robustes.

Tableau 1: Fiabilité, validité, statistiques descriptives et corrélations entre les variables.

Variable	a	CA	AVE	Moan	30	1	2	3	4	6	0	7	0	0	
1 Espoir	0923	0923	0803	4 857	1338	0890									
2 Efficacité	0.961	0.952	0.740	4302	1200	0516	(0830)								
3 resili	0920	0,920	0.742	4.715	1265	0.848"	0612"	(07361)							
4. Optimis	0,813	0612	0609	4679	1250	0731"	05032"	0733"	00778						
5.CE				2650	2.140	0.035	0104"	-0,086	0050'						
6 FE				1.350	1.772	0.030	0176"	0058	0065'	0083"					
7 NE				0510	0500	0.033	-0145	-0001	0011	-003T	-0135"				
8 SA				0.440	0.496	-0.018	-0018	-0031	-0001	-0013	-0084	0265"			
9 Year				1870	0664	0.033	0907	0040	0054'	0159"	0006	0154"	0080'		
10.TYPE				0250	0.477	-0.056*	0115"	-0020	-0031	0233"	0115"	-0233"	-0.125'	-0239"	

Tableau 2 : Effets directs de l'éducation, l'attitude et intention entrepreneuriale sur le comportement entrepreneurial externe.

DV	E P		A E		R L		O T		CP	
	Estimate	S. E.	Estimate	S. E.	Estimate	S. E.	Estimate	S. E.	Estimate	S. E.
TE	0.08	0.03	-0.0	0.02	0.060	0.03	0.057	0.03	-0.07	0.02
AN	7**	0	58*	7	*	0	-0.0	1	1*	8
PR	-0.0	0.02	0	0.02	-0.0	0.02	07	0.03	0.03	8
FE	29	8	0	5	32	8	0	0	5	0.02
IE	0.018	0.03	2	0.02	0.039	0.02	0	0.03	0.04	6
AT	-0.1	0	8	8	-0.0	8	4	1	6	0.02
AEF	05**	0.03	0.045	0.02	97**	0.03	8	0.03	0.03	9
RESI	0.2	0.03	0.003	7	0.2	2	-0.0	2	0.03	0.03
OP	57*	1	0.3	0.02	91*	0.03	86**	0.03	0.19	0
RV	**	0.02	66**	8	**	1	0.2	2	2***	0.02
RV			*	0.02	**	0.02	67*	0.03	0.10	9
R2	0.061	8	0.1	6	0.09	8	**	0	6***	0.05
			86**		5**		0.1		0	1
			*				17*		0	0.03

La valeur de l'estimation correspond aux résultats standardisés et VR signifie les variances résiduelles. Comportement entrepreneurial CE, FE formation à l'entrepreneuriat EE, IE le niveau initial d'intention entrepreneuriale, espoir SP, efficacité AE, résilience RL, optimisme OT. à la recherche de financement externe *p<0,05, **p<0,01, ***p<0,001

Tableau 3 : Test de médiation pour le capital psychologique

DV	CE			
Specific indirect	Standardized estimate	S. E.	Two-tailed value of p	95% confidence interval
FE → AE → CE	-0.03	0.0	0.4	[-0.011, 0.001]
FE → EP → CE	0.019*	0.0	0.0	[0.007, 0.032]
FE → RL → CE	-0.00	0.0	0.4	[-0.014, 0.004]
FE → OT → CE	0.006	0.0	0.7	[-0.007, 0.011]
Total (c)	0.119***	0.0	0.0	[0.065, 0.161]
Direct (c')	0.106***	0.0	0.0	[0.050, 0.147]
Total indirect (ab)	0.013*	0.0	0.0	[0.003, 0.026]

CP, comportement entrepreneurial ; FE, formation à l'entrepreneuriat ; IE, le niveau initial d'intention entrepreneuriale ; EP espoir, AE, Auto-Efficacité ; RL, Résilience ; OT, Optimisme. *p<0,05, **p<0,01, ***p<0,001.

Source : Auteurs

4. Discussion

La recherche révèle que la connaissance, l'éducation, l'aptitude et l'intention entrepreneuriales ont une influence positive sur le comportement entrepreneurial des dirigeants de PME. Cela

concorde avec les conclusions de Rauch et Hulsink (2015) selon lesquelles une bonne connaissance entrepreneuriale, une bonne formation, une attitude et une intention orientée entreprise ont un effet positif sur les entrepreneurs de PME. La théorie du capital humain peut expliquer la relation entre IE, AE, FE et CE, dans laquelle le premier est un investissement en capital et le second appartient aux immobilisations (Ployhart et Moliterno, 2011). Le capital humain, au regard des valeurs de connaissance, d'espoir, d'auto-efficacité, de résilience et d'optimisme fournit à un individu des connaissances, des compétences, des expériences, des attitudes, la volonté et une bonne intention qui renforcent ses compétences pour identifier et exploiter les opportunités entrepreneuriales qui conduiront à une plus grande probabilité d'adopter un comportement entrepreneurial (Souitaris et al., 2007).

Cette étude révèle que la connaissance, l'éducation, l'aptitude et l'intention entrepreneuriales ont un impact sur les quatre sous-dimensions du capital psychologique. Ce résultat conforte empiriquement l'idée selon laquelle les coefficients de cheminement, parmi les composantes du CP que la relation entre l'IE, la connaissance et l'auto-efficacité est la plus forte, la relation entre l'IE, la connaissance et l'optimisme est la deuxième, et le lien avec l'espoir et la résilience est relativement plus faible, même si les coefficients sont significatifs. La littérature disponible a confirmé que la connaissance entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale pourraient affecter, voire accroître l'auto-efficacité entrepreneuriale des entrepreneurs (Bae et al., 2014). Cette découverte implique que le résultat de l'efficacité personnelle et de l'optimisme a plus d'impact que l'espoir et la résilience issus de la connaissance entrepreneuriale et l'intention d'agir et de réussir un projet d'entreprise, notamment la recherche de financement externe.

La recherche révèle également que seule l'auto-efficacité affecte le comportement entrepreneurial, alors que l'espoir, la résilience et l'optimisme n'ont pas un tel effet. Cela indique que l'influence des composants du capital psychologique sur le résultat est déséquilibrée. Cette situation pourrait s'expliquer par le rôle de l'auto-efficacité elle-même.

Par exemple, une méta-analyse de l'auto-efficacité a confirmé la corrélation entre l'auto-efficacité et la performance au travail (Stajkovic et Luthans, 1998). Deuxièmement, des études ont montré également que le capital psychologique est un prédicteur de l'intention de démarrage, du comportement innovant, de la reconnaissance des opportunités et de la performance des nouvelles entreprises (par exemple, Alessandri et al., 2018 ; Ma et al., 2018 ; Wang et al., 2019). Ces variables étudiées dont nous avons obtenu les résultats ne sont pas le comportement entrepreneurial lui-même, mais plutôt une partie des comportements et des actions dans les activités entrepreneuriales. Troisièmement, cette recherche s'inscrit dans le contexte de recherche de financement externe des entrepreneurs et les valeurs pouvant les conduire à une prise de décision.

En conséquence, cette étude révèle que dans la prise de décision notamment de recherche de financement, seule l'auto-efficacité joue un rôle médiateur dans la relation entre la connaissance, l'intention entrepreneuriale et le comportement entrepreneurial, mais que le rôle médiateur des trois autres éléments du capital psychologique n'est pas significatif. Ce résultat met en évidence le rôle de l'auto-efficacité dans le lien FE, IE - CE, suggérant que l'auto-efficacité est relativement importante dans le processus allant du savoir, la connaissance, l'intention, la volonté au comportement entrepreneurial (résultat obtenu), par rapport aux trois autres éléments du PC. En théorie, l'espoir, la résilience et l'optimisme sont des états d'attitudes et de sentiments émotionnels qui peuvent aider à la formation d'une intention, mais ne donnent pas nécessairement lieu à des comportements réels liés à l'entrepreneuriat. Cependant, l'auto-efficacité est la confiance de l'individu dans sa capacité à exécuter avec succès ses intentions (Luthans et al., 2017). Dans de cas cela peut promouvoir la passion entrepreneuriale de l'individu et est plus susceptible de déboucher sur des actions réelles dans le processus d'entrepreneuriat (Baum et Locke, 2004). Au vu de cela l'entrepreneur sera en capacité de

décider du financement d'un projet d'entreprise avec toutes les conséquences que cela comporte.

5. Conclusion et implications

Cette étude visait à dévoiler le mécanisme intentionnel, intellectuel et psychologique sur le comportement entrepreneurial des entrepreneurs de PME dans leur politique de recherche de financements externes. En utilisant la théorie du capital humain et la théorie du comportement planifié (TPB) ainsi que le cadre du capital psychologique, nous avons conceptualisé un modèle de médiation reliant la connaissance et l'intention entrepreneuriale et le comportement entrepreneurial. Sur la base des données d'une enquête menée auprès de 50 PME de Côte d'Ivoire mis notre hypothèse à l'épreuve. Les résultats ont confirmé l'impact direct de la connaissance, de l'intention entrepreneuriale sur le comportement entrepreneurial et sur quatre éléments du capital psychologique (espoir, auto-efficacité, résilience et optimisme) du capital psychologique. Les résultats ont en outre établi le rôle médiateur de l'auto-efficacité dans le mécanisme d'impact malgré les effets non indirects de l'espoir, de la résilience et de l'optimisme. Ces effets sont également significatifs dans les projets entrepreneuriaux notamment dans la recherche de financement externe que nous avons essayé de démontrer que ces résultats contribuent théoriquement à la littérature existante et à la pratique managériale.

Du point de vue de sa contribution théorique, premièrement, cette étude propose un modèle du mécanisme d'influence sur le comportement entrepreneurial. Nous avons conceptualisé et testé un modèle médiateur intégrant à la fois la connaissance, l'intention entrepreneuriale et le capital psychologique basé sur les données des entrepreneurs de PME ivoiriennes dans leur quête de financement externe en Côte d'Ivoire. Ce modèle peut expliquer non seulement les facteurs intellectuels et intentionnels et également les facteurs psychologiques pour la formation du comportement entrepreneurial dans une situation spécifique. Ce modèle contribue ainsi à notre compréhension de « comment » la connaissance et l'intention entrepreneuriale affectent le comportement entrepreneurial de « qui » et « où ».

Deuxièmement, cette recherche révèle une influence divergente du capital psychologique sur le comportement entrepreneurial. Les résultats confirment que, parmi quatre constructions du capital psychologique, l'auto-efficacité est le seul prédicteur significatif et positif du comportement entrepreneurial et que seule l'auto-efficacité joue un rôle médiateur dans le développement du comportement entrepreneurial. Cela confère au capital psychologique une nature non évidente pour stimuler le comportement entrepreneurial dans un contexte ivoirien et contribue ainsi à une compréhension nuancée du rôle multidimensionnel des différentes composantes du capital psychologique dans la prédiction du comportement entrepreneurial.

Troisièmement, cette étude développe le type d'impact de la formation entrepreneuriale en mettant en évidence le capital psychologique. L'étude vérifie que la connaissance et l'intention entrepreneuriale influencent positivement l'espoir, l'efficacité personnelle, la résilience et l'optimisme des entrepreneurs PME notamment dans le financement de leurs projets d'entreprise.

Du point de vue des implications pratiques managériales, les résultats de la recherche ont des implications pratiques pour l'évaluation de l'efficacité de la connaissance, la formation entrepreneuriale et l'intention. D'une part, le résultat suggère un impact direct et positif de la connaissance entrepreneuriale et de l'intention sur le comportement entrepreneurial des entrepreneurs PME. En tant que comportement intentionnel et autodéterminé, le comportement entrepreneurial est utile à l'entrepreneur ayant un savoir relativement complet de la sphère de l'entreprise. Notamment dans l'exécution de projets d'entreprise et leur financement par l'entrepreneur PME. En ce sens, cette étude confirme la valeur de la connaissance, la formation

entrepreneuriale couronnée d'une bonne intention et une volonté de réussite de l'entrepreneur PME.

D'autre part, cette étude a révélé que le capital psychologique constitue un avantage crucial dans la connaissance entrepreneuriale, la formation d'une bonne intention et la volonté de réussir son projet entrepreneurial. En conséquence, les entrepreneurs devraient considérer le développement du capital psychologique comme l'une des fondamentales pouvant les inciter à s'engager et réussir leurs projets entrepreneuriaux. Il convient de noter que nos résultats mettent en évidence le rôle médiateur de l'auto-efficacité dans le mécanisme d'impact de la connaissance et l'intention entrepreneuriale sur les comportements des entrepreneurs à l'égard de leurs projets d'entreprise. L'auto-efficacité pourrait faire l'objet d'étude spécifique en fonction des domaines d'activité et de l'environnement interne et externe à l'entreprise.

Références

- (1). Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes: Open University Press.
- (2). Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>.
- (3). Al Rasyid, A., & Bangun, Y. R. (2015). The relationship between psychological capital and entrepreneurial traits: A case study of MBA SBM ITB students in Bandung. *Journal of Business and Management*, 4(3).
- (4). Ali, R. S. (2018). Determinants of female entrepreneurs growth intentions. A case of female-owned small businesses in Ghana's tourism sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 387–404.
- (5). Bakker, D. J., Lyons, S. T., and Conlon, P. D. (2017). An exploration of the relationship between psychological capital and depression among the firstyear doctor of veterinary medicine students. *J. Vet. Med. Educ.* 44, 50–62. doi: 10.3138/jvme.0116-006r
- (6). Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>.
- (7). Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22(6–8), 613–673.
- (8). C, avus, , M., & Kapusuz, A. (2015). Psychological capital: Definition, components and effects. *British Journal of Education Society & Behavioural Science*, 5, 244–255.
- (9). Colot, O., Croquet, M., & Pozniak, L. (2010). Déterminants des choix de financement et profils de PME. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 23(1), 95-115.
- (10). Contreras, F., de Dreu, I., and Espinosa, J. C. (2017). Examining the relationship between psychological capital and entrepreneurial intention: an exploratory study. *Asian Soc. Sci.* 13, 80–88. doi: 10.5539/ass.v13n3p80
- (11). Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405–429. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90028-C](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90028-C)
- (12). Do, B.-R., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185–191. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2017.07.011>.

- (13). Donaldson, S. (2013). Psychological capital, work engagement and organisational commitment amongst call Centre employees in South Africa. *J. Posit. Psychol.* 5, 177–191. doi: 10.1080/17439761003790930
- (14). Farrukh, M., Ying, C. and Mansori, S. (2016b), “Intrapreneurial behavior: an empirical investigation of personality traits research issue”, *Management and Marketing*, Vol. 11 No. 4, pp. 597-609, available at: <https://doi.org/10.1515/mmcks-2016-0018.Introduction>
- (15). Farrukh, M., Ying, C.W. and Mansori, S. (2017), “Organizational commitment: an empirical analysis of personality traits”, *Journal of Work-Applied Management*, Vol. 9 No. 1, pp. 18-34.
- (16). Ghani, M., Hooshangi, M., & Hassan, M. (2013). The effect of psychological capital on university of Tehran students’ entrepreneurial intention. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 3(10), 313–321
- (17). Hamilton, R. T., & Fox, M. A. (1998). The financing preferences of small firm owners. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(3), 239–248. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552559810235529>
- (18). Hansemark, O.C. (2003), “Need for achievement, locus of control and the prediction of business startups: a longitudinal study”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 24 No. 3, pp. 301-319.
- (19). Hmieleski, K. M., and Carr, J. C. (2008). The relationship between entrepreneur psychological capital and new venture performance. *Front. Entrepreneurship. Res.* 10:1071. doi: 10.3389/fpsyg.2019.01071
- (20). Hulsink, W., & Rauch, A. (2015). Learning to take the entrepreneurial plunge. *RSM Discovery-Management Knowledge*, 24(4), 11-12.
- (21). Jin, C.-H. (2017). The effect of psychological capital on start-up intention among young start-up entrepreneurs: A cross-cultural comparison. *Chinese Management Studies*, 11(4), 707–729. <https://doi.org/10.1108/CMS-06-2017-0162>
- (22). Karolewicz, F. (2010). *Écomanagement: un management durable pour des entreprises vivantes*. De Boeck Supérieur.
- (23). Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: The role of values. *Int. J. Entrep. Behav. Res.* 22, 290–328. doi: 10.1108/IJEBR-02-2015-0042
- (24). Kirkley, W.W. (2017), “Cultivating entrepreneurial behaviour: entrepreneurship education in secondary schools”, *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 11 No. 1, pp. 17-37, available at: <https://doi.org/10.1108/APJIE-04-2017-018>
- (25). Krueger, N. F., & Kickul, J. (2006). Are social entrepreneurs really different? Discrete choice modeling of triple bottom line venture preferences. *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/ssrn.1150490>
- (26). Krueger, N., Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000), “Competing models of entrepreneurial intentions”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 Nos 5/6, pp. 411-432, available at: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- (27). Kyrö, P. (2015). To grow or not to grow? *Entrepreneurship and sustainable development*. Handbook. *Entrepreneurship Sustain. Dev. Res.* 8, 15–28
- (28). La Rocca, M., La Rocca, T., & Cariola, A. (2011). Capital structure decisions during a firm’s life cycle. *Small Business Economics*, 37(1), 107–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-009-9229-z>
- (29). Lackeus, M. (2014). An emotion-based approach to assessing entrepreneurial education. *Int. J. Manage. Educ.* 12, 374–396. doi: 10.1016/j.ijme.2014. 06.005

- (30). Linán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- (31). Luthans, F., & Youssef, C. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143–160
- (32). Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541–572.
- (33). Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33-39.
- (34). Mamun, A. and Rajennd, M.A. (2018), “Effect of economic vulnerability on entrepreneurial competencies among malaysian micro-entrepreneurs”, *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 12 No. 2, pp. 222-237, available at: <https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2018-0013>
- (35). Martin, B. C., McNally, J. J., and Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *J. Bus. Ventur.* 28, 211–224. doi: 10.1016/j.jbusvent.2012.03.002
- (36). Martin, M. B., Kikooma, J. F., and Kibanja, G. M. (2016). Psychological capital and the startup capital–entrepreneurial success relationship. *J. Small Bus. Entrepreneurship*. 28, 27–54. doi: 10.1080/08276331.2015.1132512
- (37). Marvel, M. R., Davis, J. L., and Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: a critical review and future directions. *Entrep. Theory Pract.* 40, 599–626. doi: 10.1111/etap.12136.
- (38). Masten, A. S., Cutuli, J. J., Herbers, J. E., and Reed, M. (2009). “Resilience in development,” in *Oxford Handbook of Positive Psychology*. 2nd Edn. eds. Lopez and Snyder (New York: Oxford Univ. Press), 117–131.
- (39). McClelland, D. C. (1961). *The achieving society. Van No Strand.*
- (40). Nguyen, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam. *Children and Youth Services Review*, 99, 186–193. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.01.039>
- (41). Osei-Assibey, E. (2013). Source of finance and small enterprise’s productivity growth in Ghana. *African Journal of Economic and Management Studies*, 4(3), 372–386. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2012-0017>
- (42). Park, C. (2017), “A study on effect of entrepreneurship on entrepreneurial intention”, *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 11 No. 2, pp. 159-170, available at: <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2017-024>.
- (43). Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic management journal*, 14(3), 179-191.
- (44). Rao, P., & Kumar, S. (2018). Reflection of owner’s attributes in financing decisions of SMEs. *Small Enterprise Research*, 25(1), 52–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13215906.2018.1428908>
- (45). Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385.

- (46). Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-32.
- (47). Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopaedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- (48). Stewart Jr, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of applied psychology*, 86(1), 145.
- (49). Tsai, F.-S., Leonard, K. M., and Srivastava, S. (2020). Editorial: the role of psychological capital in entrepreneurial contexts. *Front. Psychol.* 11:582133. doi: 10.3389/fpsyg.2020.582133
- (50). Tundui, C., & Tundui, H. (2012). Survival, growth strategies and performance of women owned micro and small businesses in Tanzania. *International journal of business and management*, 7(8), 143.
- (51). Youssef-Morgan, C. M., & Luthans, F. (2013). Psychological capital theory: Toward a positive holistic model. In *Advances in positive organizational psychology* (pp. 145-166). Emerald Group Publishing Limited.
- (52). Yueh, H.-P., Wu, Y. J., and Chen, W.-F. (2020). Editorial: the psychology and education of entrepreneurial development. *Front. Psychol.* 11:27. doi: 10.3389/fpsyg.2020.00027
- (53). Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. B. A., Meng, L. K., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264–276. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030>