

La Construction d'un Modèle Théorique sur les Fondements Psychologiques Derrière les Décisions Financières des Entrepreneurs-Dirigeants en Temps de Crise

El Fartakh Yassine, Doctorant en Sciences de Gestion

Boungab Souad, Professeur de l'Enseignement Supérieur

Équipe de Recherche Finance Audit et Management de projets (ERFAM)

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger,

Université Abdelmalek Essaadi, Maroc

[Doi:10.19044/esj.2025.v21n4p155](https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n4p155)

Submitted: 13 December 2024

Accepted: 20 February 2025

Published: 28 February 2025

Copyright 2025 Author(s)

Under Creative Commons CC-BY 4.0

OPEN ACCESS

Cite As:

El Fartakh Y. & Boungab S. (2025). *La Construction d'un Modèle Théorique sur les Fondements Psychologiques Derrière les Décisions Financières des Entrepreneurs-Dirigeants en Temps de Crise*. European Scientific Journal, ESJ, 21 (4), 155.

<https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n4p155>

Résumé

Dans un contexte de crises économiques fréquentes et perturbatrices, les décisions financières des entrepreneurs-dirigeants jouent un rôle crucial dans la survie et la résilience des entreprises. Cet article propose un modèle intégratif pour analyser les déterminants psychologiques influençant ces décisions en période de crise. Basé sur une revue approfondie de la littérature, ce modèle explore comment la perception de la crise influence le capital psychologique et social des entrepreneurs, impactant ainsi leurs comportements financiers. Le cadre théorique repose sur quatre axes principaux : la perception de la crise, le capital psychologique et social, les approches de gestion de crise et la classification des comportements financiers des entrepreneurs-dirigeants. En s'appuyant sur des modèles reconnus (Suder, 2023 ; Wang et al., 2022 ; Lux et al., 2020 ; Sahin et al., 2015 ; Ajzen, 1991), cet article propose une approche originale visant à approfondir la compréhension des mécanismes psychologiques sous-jacents aux décisions financières en période de crise. Ce modèle, enrichi par des hypothèses vérifiables, apporte une contribution significative à la littérature existante en intégrant des perspectives psychologiques et sociales dans l'étude des comportements financiers en situation de crise. Enfin, des implications

pratiques sont proposées pour guider les chercheurs et les praticiens, accompagnées de pistes pour de futures recherches dans ce domaine.

Mots clés : Perception de crise, entrepreneuriat, capital psychologique, capital social, management de crise, comportement financier

The Construction of a Theoretical Model on the Psychological Foundations Behind Financial Decisions of Entrepreneurs-Managers in Times of Crisis

*El Fartakh Yassine, Doctorant en Sciences de Gestion
Boungab Souad, Professeur de l'Enseignement Supérieur*

Équipe de Recherche Finance Audit et Management de projets (ERFAM)
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger,
Université Abdelmalek Essaadi, Maroc

Abstract

In the context of frequent and disruptive economic crises, the financial decisions of entrepreneur-managers play a crucial role in the survival and resilience of companies. This paper proposes an integrative model to analyze the psychological determinants influencing these decisions in times of crisis. Based on a thorough review of the literature, this model explores how the perception of crisis influences entrepreneurs' psychological and social capital, thus impacting their financial behaviors. The theoretical framework is based on four main axes: the perception of the crisis, psychological and social capital, crisis management approaches, and classification of financial behaviors of entrepreneur-managers. Based on recognized models (Suder, 2023; Wang et al., 2022; Lux et al., 2020; Sahin et al., 2015; Ajzen, 1991), this article proposes an original approach to deepen the understanding of sub-psychological mechanisms under financial decisions in times of crisis. This model, enriched by verifiable assumptions, significantly contributes to the existing literature by integrating psychological and social perspectives into studying financial behaviors in crises. Finally, practical implications are proposed to guide researchers and practitioners, along with leads for future research in this field.

Keywords: Crisis perception, entrepreneurial psychological capital, crisis management, financial behavior

Introduction

Les crises économiques sont des événements perturbateurs courants et continus qui conduisent les entrepreneurs-dirigeants à prendre des décisions financières critiques pour assurer la survie de leur entreprise. Dans des moments aussi incertains, la capacité d'un entrepreneur à s'en sortir est largement influencée par la manière dont il perçoit la crise et par les ressources psychologiques et sociales dont il dispose. Ce type de capital psychologique comprenant l'auto-efficacité, l'espoir, la résilience et l'optimisme ainsi que le capital social sous forme de réseaux de soutien déterminent dans une large mesure la façon dont les entrepreneurs perçoivent et réagissent aux défis. Bien que ces dimensions soient importantes, il existe peu de recherches intégrant une perspective psychologique pour comprendre les décisions financières des entrepreneurs pendant une crise. La plupart des études existantes ont examiné les stratégies et les comportements liés à la gestion d'une crise, mais n'ont pas approfondi les mécanismes psychologiques qui sous-tendent ces décisions. Cette lacune critique dans le corpus de connaissances existant soulève d'importantes questions sur la perception d'une crise et son influence, ainsi que sur les ressources psychologiques et sociale impliquées dans les comportements financiers des dirigeants-entrepreneurs.

Notre recherche vise donc à combler cette lacune en proposant un modèle théorique qui examine la perception de la crise et son impact sur le capital psychologique et social des entrepreneurs, qui à son tour influence leurs décisions financières. Le présent cadre théorique est structuré autour de quatre axes principaux. La perception de la crise, le capital psychologique et social de l'entrepreneur, les approches de management des crises et la classification des comportements financiers des entrepreneurs-dirigeants.

Pour répondre à cette problématique, notre étude se concentre sur la question centrale suivante : **Comment la perception de la crise par les entrepreneurs influence-t-elle leur capital psychologique et social, et comment ces éléments affectent-ils leurs comportements financiers en temps de crise ?**

Deux sous-questions découlent de cette problématique : **Comment le capital psychologique des entrepreneurs influence-t-il leurs décisions financières en période de crise ? Quel rôle joue le capital social dans le soutien des entrepreneurs face aux défis financiers posés par une crise ?**

En abordant ces questions, notre étude sera en mesure d'offrir une valeur considérable d'informations aux chercheurs et aux praticiens, ce qui contribuera à son tour à une compréhension légèrement meilleure, voire bonne, de la dynamique psychologique qui se produit lors des décisions financières en temps de crise.

Cadre Théorique de la Recherche

Ce premier point vient pour présenter les différents concepts clés de la présente recherche. En effet, il met l'accent sur comment la crise est perçue par les entrepreneurs, leurs capital psychologique et social, les approches de management de crise et finalement leurs comportements financiers en temps de crise.

La Crise Perçue par Les Entrepreneurs-Dirigeants

En période de crise, les entrepreneurs doivent faire face à un éventail complexe de problématiques susceptibles de déterminer l'avenir de leur entreprise. À titre d'exemple, la pandémie de COVID-19 a confronté les entrepreneurs à des conditions inédites, les obligeant à opérer dans un contexte d'incertitude sans précédent et à interpréter des situations dépourvues de références antérieures. (Kročil et al., 2023). Des recherches récentes ont révélé que les perceptions et la compréhension des entrepreneurs face à toute crise sont très étroitement liées au processus par lequel leur identité commerciale s'est formée ; ainsi, l'identité joue un rôle central dans la création de sens à des moments critiques (Kročil et al., 2023). Cela démontre l'interaction complexe entre la perception qu'un entrepreneur a de toute crise et ce que celle-ci indique par rapport à l'identité fondamentale de son entreprise.

De plus, les effets des crises sur les entreprises ne sont pas seulement perceptuels mais également liés à des résultats plus concrets, tels que les attentes en matière de croissance et le comportement en matière d'innovation. Les déterminants de l'entrepreneuriat axé sur la croissance ont été étudiés lors des crises économiques pour fournir des preuves de la manière dont les perceptions personnelles affectent les attentes de croissance élevée pendant la crise : (Giotopoulos et al., 2017).

La recherche a souligné les avantages de l'innovation en temps de crise et d'autres questions connexes sur les avantages perçus de l'innovation par les entrepreneurs dans des contextes difficiles (Marx & Klotz, 2021). Il est donc important d'être conscient de la manière dont les entrepreneurs parviennent à s'adapter et à faire ressortir leurs innovations en temps de crise, comme dans le cas des données de recherche sur les pratiques d'innovation parmi les micro et petits voyageurs de l'industrie du tourisme (Marx & Klotz, 2021).

La pandémie de COVID-19 a mis en lumière la manière dont les externalités, telles que les politiques gouvernementales, façonnent la perception des entrepreneurs et leurs réponses aux crises. Les hommes d'affaires qui considèrent les politiques gouvernementales comme favorables et efficaces en temps de crise développent une perception positive de leur situation (Matpootorn, 2023). Par conséquent, cela souligne à quel point les systèmes de soutien externe jouent un rôle déterminant dans la formation des

visions entrepreneuriales pendant les périodes ponctuées de vagues d'incertitude.

De plus, le type de crise perçue comme une opportunité ou une nécessité peut influencer les intentions entrepreneuriales de différentes manières. L'étude révèle que, même si les entrepreneurs motivés par la nécessité peuvent être susceptibles d'être influencés principalement sur la base de l'opportunité considérée comme se présentant en période de crise, les entrepreneurs motivés par l'opportunité ont également ressenti des effets sur plusieurs dimensions de l'entrepreneuriat : la propension et la probabilité perçue (Arrighetti et al., 2016). Cette différenciation est importante pour comprendre la réponse des différents types d'entrepreneurs aux crises et comment leurs intentions sont déterminées par des circonstances externes.

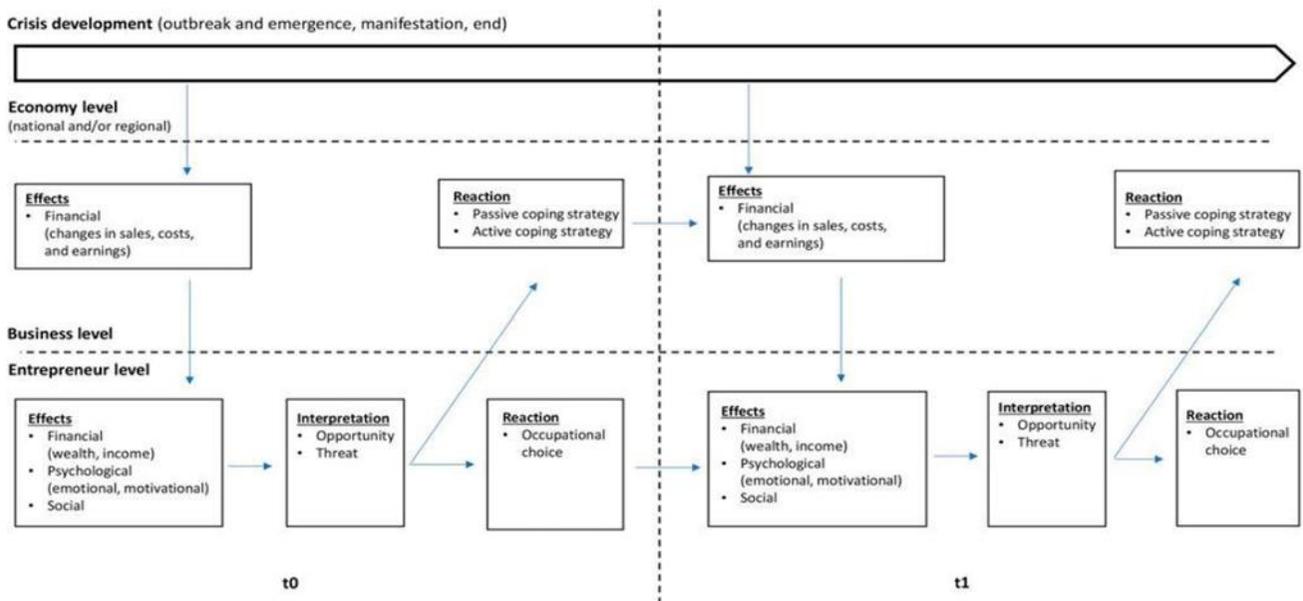


Figure 1. Un modèle conceptuel axé sur l'entrepreneur pour les petites entreprises et l'entrepreneuriat en crise inattendue (Newman et al, 2022)

Le Capital Psychologique et Social de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat ne se limite pas aux aspects opérationnels, mais s'étend aux dimensions psychologiques et sociales, qui jouent un rôle fondamental dans la réussite des entrepreneurs. À cet égard, le capital psychologique, composé de l'efficacité personnelle, de l'optimisme, de l'espoir et de la résilience, devient un facteur déterminant dans leur parcours (Rakotoarisoa et al., 2022). L'auto-efficacité est définie comme la confiance en soi pour accomplir avec succès des tâches et atteindre des objectifs, l'un des principaux moteurs du comportement entrepreneurial (Rakotoarisoa et al., 2022).

L'optimisme, un autre élément clé, dépeint une attente positive pour l'avenir, particulièrement élevée dans les contextes entrepreneuriaux compte tenu de la présence d'incertitude (Dawson, 2017). Cette attitude favorable affecte non seulement le contentement personnel, mais façonne également les intentions entrepreneuriales (Dawson, 2017).

De plus, l'espoir est l'attente qui donne aux gens « la détermination et la volonté intériorisées d'investir leur énergie » pour atteindre leurs objectifs » (Rakotoarisoa et al., 2022).

De plus, la résilience ; la capacité de rebondir après les revers et les difficultés sont quelques-unes des caractéristiques importantes qui permettent aux entrepreneurs de surmonter les défis qui se présentent à eux (Rakotoarisoa et al., 2022).

Parallèlement, le capital social des entrepreneurs, cognitif, structurel et relationnel, façonne également leur parcours (Zheng, 2024). Le capital cognitif désigne les connaissances, les compétences et l'expérience d'un entrepreneur qu'il apporte à l'entreprise. Cela affecte leur capacité à prendre des décisions efficaces ainsi qu'à résoudre des problèmes. Les capacités de prise de décision et de résolution de problèmes des entrepreneurs sont influencées par leur entreprise (Zheng, 2024). Le capital structurel est l'ensemble des ressources et infrastructures à la disposition des entrepreneurs. Il comprend des espaces d'incubation et des opportunités de réseautage qui constituent des facteurs essentiels pour favoriser l'innovation et la croissance selon (Zheng, 2024). D'un autre côté, le capital relationnel concerne les réseaux, les associations et les liens sociaux que les entrepreneurs utilisent pour accéder aux ressources, aux opportunités et au soutien (Zheng, 2024).

L'interaction entre le capital psychologique et social est vitale pour le succès d'une entreprise. Un capital psychologique positif avec des dimensions d'espoir, d'optimisme et de résilience, entre autres traits, peut renforcer les intentions d'entrepreneuriat social, en particulier pendant les périodes difficiles comme la pandémie de COVID-19 (Rakotoarisoa et al. (2022). Les opinions influencées par le capital psychologique peuvent renforcer la détermination des entrepreneurs à lutter contre les insécurités et à saisir les opportunités (Rakotoarisoa et al., 2022).

En outre, créer un environnement propice à la croissance des entreprises à l'aide de l'allocation de ressources à la formation à l'entrepreneuriat : l'institutionnalisation et la mise en conformité de l'optimisme des traits psychologiques individuels selon l'optimum garantiront que cela est possible (Zheng, 2024). Coleman (1988) a noté que le capital social peut agir comme un multiplicateur de l'impact du capital psychologique en offrant des ressources externes pour renforcer les efforts internes. Par exemple, si un propriétaire d'entreprise a des niveaux élevés d'efficacité personnelle et d'optimisme et obtient des conseils, du financement ou des

marchés auprès de son réseau de soutien, cela constituerait alors un effet supplémentaire lié aux crises (Adler et Kwon, 2022). En outre, le capital social peut agir comme un tampon pour protéger contre les effets néfastes du stress et des revers. Il fournit un soutien émotionnel et pratique sur lequel se construit la résilience psychologique. Les relations de confiance et réciproques qui en découlent (capital relationnel) peuvent aider les entrepreneurs à rester des individus pleins d'entrain et confiants, même dans les moments difficiles. (Putnam, 2000).

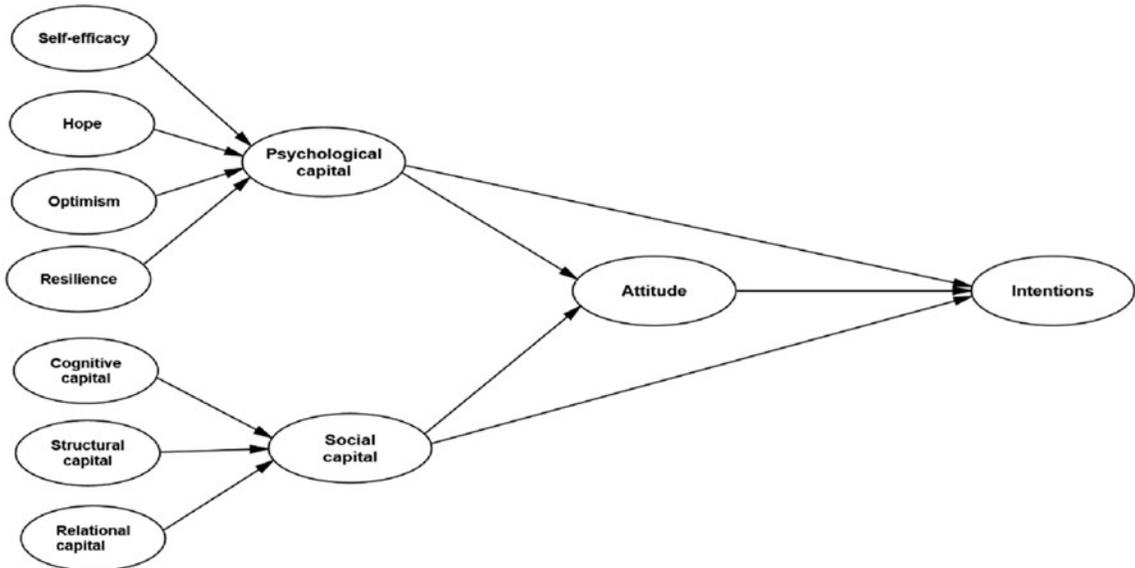


Figure 2. Modèle d'impact du capital psychologique et sociale sur les intentions entrepreneuriales (Jalil et al, 2023)

Les Approches de Management de Crise

La gestion des crises constitue une discipline complexe qui englobe la planification, la réponse et la récupération suite à des perturbations significatives. Les stratégies adoptées varient en fonction de la nature de la crise, des ressources mobilisables et des particularités propres à chaque organisation. De manière générale, ces approches peuvent être regroupées en différentes catégories, chacune définie par des caractéristiques et des stratégies spécifiques.

L'approche de fuite est un style de gestion de crise dans lequel l'organisation ou le dirigeant prend ses distances par rapport à la crise parce qu'il a constaté qu'elle ne peut plus être gérée, car elle est ingérable en raison de l'insuffisance de sa part (en reprochant généralement aux performances du personnel de ne pas être en mesure de gérer la crise). Pour gérer efficacement la crise Ghazi (2017), Une telle position négative les amène à abandonner tout contrôle sur la crise, à accepter l'échec de sa gestion ainsi que les implications qui pourraient en découler. En d'autres termes, une approche de fuite met

l'accent sur le fait de se détacher de la crise plutôt que de l'affronter et de trouver une solution.

L'approche de résolution de crise ou de gestion des problèmes de Heath (2001) identifie les composantes de cette approche : le pire des cas, l'enquête, l'analyse, le contrôle des dommages et la communication. L'article de Gaspar et al. (2020) introduit l'approche CLT-ResiliScience. Cet article exploite de manière innovante les technologies de l'information et de la communication pour une détection précoce des crises. La gestion et la communication fondées sur des preuves sont rendues possibles par un tel système, comme le soulignent Gaspar et al. (2020).

Selon Meiste et Jakštienė (2015), l'objectif principal de toute entreprise en matière de gestion des crises devrait être de résoudre efficacement ces dernières, en veillant à les contenir dès leur apparition afin d'en limiter les impacts.

L'approche réactive est, selon Vašíčková (2019), un ensemble de principes mis en œuvre pour stabiliser les entreprises pendant la crise. L'approche réactive consiste en des procédures et des principes spécifiques pour répondre à la crise et ramener l'organisation touchée à la stabilité.

En revanche, une approche proactive de la gestion des crises souligne que les plans doivent être suffisamment complets et les risques identifiés à l'avance pour éviter l'apparition de crises ou en atténuer les effets (Fuhr, s.d.). Cette approche interventionniste considère différents facteurs menant aux crises : l'évaluation des risques, les interventions, la gestion des personnes, les stratégies de communication ainsi que les relations avec les parties prenantes et les relations publiques.

La gestion interactive de crise est une approche basée sur la recherche d'initiative (rechercher la responsabilité et ne pas attendre les ordres) empêchant les parties prenantes de communiquer de manière dynamique et proactive pendant une crise. Cette approche utilise plusieurs modèles et cadres théoriques : le modèle interactif de communication de crise (ICCM) et les stratégies de gestion de crise via les médias sociaux Bukar et al. (2020). L'objectif de cette approche est d'apporter des améliorations à toutes les étapes de la crise (préparation, réponse, rétablissement) en intégrant les médias sociaux et d'autres canaux de communication interactifs qui aideront à aborder rapidement et ouvertement les situations liées à la crise (Laajalahti et al., 2016).

Vašíčková (2019) est la plus récente à proposer une synthèse des études ayant analysé différentes approches de gestion de crise. Dans la plupart des cas, ce sont des recherches explicatives ou conceptuelles qui fournissent des justifications aux idées et hypothèses des auteurs. Il existe également quatre articles basés sur des recherches empiriques.

Tableau 1. Résumé de la littérature sur les approches de management des crises Vašíčková (2019)

| Auteurs | Apports | Méthodologie |
|--|--|--------------------------------------|
| Jaques, T. (2010) | Modèle relationnel de gestion des crises et des problèmes explorant les activités de gestion des crises, comme les activités en grappes ou connexes et intégrées qui se déroulent simultanément. MC en tant que construction cyclique. | Recherche conceptuelle |
| Frybert, B. (1995) | Algorithme pour les solutions de crise mettant l'accent sur la revitalisation de la stratégie | Recherche explicative |
| Mitroff, I. I.; Pauchant, C. & Shrivastava, P. (1988) | Approche systémique de la gestion des crises à partir d'un modèle de processus qui identifie les phases nécessaires pour une gestion efficace des crises du point de vue des processus. | Recherche empirique |
| Pearson, Ch. M.; Clair, J. A. (1998) | Modèle descriptif du processus de gestion de crise et approche multidisciplinaire de la recherche sur la gestion de crise. | Recherche exploratoire |
| Sahin, S.; Ulubeyli, S.; Kazaza, A. (2015) | Description des activités du processus de gestion de crise mettant en évidence l'importance de la détection des signaux d'alerte. Les auteurs définissent également certaines approches de la gestion des crises. | Recherche exploratoire |
| Pearson, Ch. M.; Mitroff, I.I. (1993) | Cadre de gestion des crises : processus menant aux organisations à la préparation aux crises. Le rôle des intervenants est également mis en évidence. | Recherche conceptuelle exploratoire, |
| Pollard, D.; Hotho, S. (2006) | Mettre en évidence une position stratégique de la gestion des crises. Gestion de crise avec processus de planification des scénarios pour fournir un mécanisme de gestion des crises futures. | Recherche conceptuelle exploratoire |
| Shrivastava, P.; Mitroff, I. (1987) | Description de la crise d'entreprise et analyse les stratégies pour y faire face. Rôle de l'équipe de gestion des crises. | Recherche exploratoire empirique |
| Shrivastava, I.; Mitroff, I. I.; Miller, R. M.; Miglani, S. (1998) | Cadre conceptuel pour la compréhension des crises industrielles. Les organisations doivent minimiser leur potentiel destructeur, de sorte que l'impact sur les parties prenantes est évident. | Recherche exploratoire empirique |
| Spilan, J. E. (2000) | La nécessité de développer des stratégies pour prendre les bonnes décisions avant, pendant et après une crise. Deux modèles de processus de gestion de crise. | Recherche exploratoire empirique |
| Valackiene, A. (2011) | Conceptualisation du modèle de gestion des crises se concentrer sur l'identification sociale individuelle et perspective de communication. | Recherche conceptuelle |

Classification des Comportements Financiers des Entrepreneurs-Dirigeants en Temps de Crise

Nous explorerons les comportements financiers adoptés par les entrepreneurs face à une crise. Ces comportements sont classés par rapport aux cinq approches citées dans la section précédente : l'approche de fuite, de solution, proactive, réactive et interactive. Nous avons classifié 12 comportements financiers selon la définition, l'objet et les caractéristiques de chaque approche et une étude de contenu de 42 références des bases de données indexés WebofScience, Scopus.... Chacune de ces approches reflète des stratégies spécifiques utilisées par les entrepreneurs pour naviguer dans des environnements économiques incertains.

L'approche de fuite est adoptée par les entrepreneurs cherchant à minimiser les impacts négatifs d'une crise potentielle en se désengageant partiellement ou totalement de leurs investissements actuels. Les stratégies courantes dans cette approche incluent la liquidation des actifs, l'achat d'assurance et la restructuration financière.

En période de crise, la vente d'actifs permet de générer des liquidités rapidement, réduisant ainsi les risques de défaut de paiement. Cette stratégie est souvent utilisée pour prévenir les situations de faillite et pour maintenir la liquidité nécessaire pour survivre à la crise (Harris et Raviv, 1991 ; Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1992) ; Campbell, J. Y., & Shiller, R. J. (1988) ; Sahin et al, 2015). Souscrire à des assurances spécifiques contre les risques de crise offre une protection contre des pertes financières importantes. Cela peut inclure des assurances contre les catastrophes naturelles, les perturbations de la chaîne d'approvisionnement, ou les fluctuations du marché (Doherty, 2000 ; Cummins, J. D., & Weiss, M. A. (2009) ; Sahin et al, 2015). Modifier la structure de la dette et des capitaux propres pour améliorer la flexibilité financière est une autre méthode de fuite. Cela peut inclure le refinancement de la dette à des taux d'intérêt plus bas ou la réorganisation des capitaux pour réduire les coûts financiers (Modigliani et Miller, 1958 ; Gilson, S. C. (1990) ; Andrade, G., & Kaplan, S. N. (1998) ; Sahin et al, 2015).

Les entrepreneurs qui adoptent l'approche de solution voient la crise comme une opportunité à saisir pour renforcer et optimiser leur entreprise. Ils utilisent diverses stratégies pour résoudre les problèmes posés par la crise.

Réduire les investissements dans des projets non essentiels permet de conserver des ressources financières pour des besoins plus critiques (Brealey et Myers, 2003 ; Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001) ; D'Aveni, R. A. (1989) ; Sahin et al, 2015). Maintenir un fonds d'épargne dédié ou utiliser des économies personnelles comme tampon contre les fluctuations économiques est une méthode efficace pour surmonter les crises (Keynes, 1936 ; Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998) ; Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989) ; Sahin et al, 2015). Maximiser l'efficacité des ressources existantes, y

compris le capital humain et les équipements, peut réduire les coûts et améliorer la résilience de l'entreprise (Barney, 1991 ; Penrose, E. T. (1959) ; Peteraf, M. A. (1993) ; Sahin et al, 2015). Opter pour des sources de financement à long terme plutôt que des prêts à court terme peut stabiliser les flux de trésorerie et réduire la pression financière pendant une crise (Gertler et Gilchrist, 1994 ; Rajan, R. G., & Zingales, L. (1998) ; Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (1998) ; Sahin et al, 2015). Continuer à investir dans la R&D permet à l'entreprise de rester compétitive et de préparer l'après-crise avec des innovations et des améliorations de produits (Schumpeter, 1942 ; Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990) ; Mansfield, E. (1981) ; Sahin et al, 2015).

L'approche proactive implique une anticipation des crises potentielles par une préparation minutieuse et une gestion prévisionnelle.

Établir des budgets détaillés qui tiennent compte de différents scénarios économiques permet aux entrepreneurs de mieux gérer les ressources et de prévoir des plans d'action en cas de crise (Horngren et al., 2002 ; Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996) ; Hope, J., & Fraser, R. (2003) Sahin et al, 2015 ; Hu et al, 2023). Élaborer des plans de crise basés sur la détection précoce des signaux d'alerte permet une réaction rapide et efficace aux premiers signes de crise (Fink, 1986 ; Mitroff, I. I., Shrivastava, P., & Udvardia, F. E. (1987) ; Pearson, C. M., & Clair, J. A. (1998) Sahin et al, 2015).

Les entrepreneurs adoptant une approche réactive réagissent aux crises une fois qu'elles se produisent, en prenant des mesures pour minimiser les dégâts.

En période de crise inattendue, réduire les effectifs peut être une mesure nécessaire pour diminuer les coûts opérationnels immédiats (Cameron, 1994 ; Cascio, W. F. (1993) ; Sahin et al, 2015). Recourir à des financements à court terme pour pallier des besoins urgents de liquidités permet de maintenir les opérations en cours et d'éviter la cessation d'activité (Myers, 1977 ; Berger, A. N., & Udell, G. F. (1995) ; Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1994) ; Sahin et al, 2015).

L'approche interactive combine des éléments des autres approches et implique une adaptation constante basée sur le feedback de l'environnement de crise.

Investir de manière continue dans divers actifs tout au long des phases de la crise permet de diversifier les risques et d'optimiser les rendements (Markowitz, 1952 ; Merton, R. C. (1974) ; Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976) ; Sahin et al, 2015).

Le modèle proposé repose sur plusieurs théories sous-jacentes relatives au comportement des entrepreneurs en temps de crise. La théorie de l'acteur stratégique souligne que les entrepreneurs sont des acteurs rationnels qui

prennent des décisions stratégiques en fonction de leurs perceptions et des ressources disponibles. La théorie des systèmes écologiques de Bronfenbrenner, appliquée à l'entrepreneuriat, souligne l'influence de l'environnement sur les décisions entrepreneuriales, y compris le rôle joué par les interactions entre l'entrepreneur et son environnement. La théorie de l'entrepreneuriat subjectif perçoit la perception subjective des entrepreneurs façonnant leurs décisions et leurs stratégies en temps de crise. La dynamique psychologique révèle l'effet des facteurs psychologiques - comme le stress et la résilience - sur la prise de décision des entrepreneurs, où le capital psychologique joue un rôle important. La théorie du comportement planifié d'Ajzen détaille comment les intentions (qui sont influencées par les attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçu) déterminent les actions des entrepreneurs en temps de crise. Ces théories offrent collectivement une vue d'ensemble des mécanismes psychologiques et sociaux affectant les décisions entrepreneuriales en temps de crise.

Tableau 2. Les théories qui expliquent le lien entre la perception de la crise par les entrepreneurs et leurs capital psychologiques et son impact sur les approches de management de crise

| Théories | Apports |
|--|---|
| Théorie de l'Acteur Stratégique (Michel Crozier) | La Théorie de l'Acteur Stratégique se concentre sur le rôle des acteurs dans la création et la gestion des stratégies au sein d'un système. Elle met en avant la manière dont les acteurs, en tant qu'individus ayant des intérêts et des stratégies propres, naviguent dans des contextes organisationnels et sociaux complexes. La perception de la crise par l'entrepreneur influence ses stratégies en fonction de ses ressources internes (auto-efficacité, optimisme) et externes (capital social, systèmes de support). Par exemple, un entrepreneur avec une forte auto-efficacité (ressource interne) peut percevoir la crise comme une opportunité d'innovation plutôt qu'une menace, influençant ainsi ses stratégies de gestion. Les entrepreneurs percevant la crise comme insurmontable peuvent adopter une approche de fuite, influencés par un manque de confiance en leurs ressources internes et externes. Une perception plus positive et des ressources internes solides peuvent conduire à une approche de solution, où l'entrepreneur met en œuvre des mesures comme la réduction des coûts ou l'investissement en R&D. Les ressources externes, telles que le capital social, permettent de planifier de manière proactive, développant des budgets et des plans de crise. En réponse à des crises imprévues, l'entrepreneur pourrait réagir par des mesures comme la réduction des effectifs si les ressources internes et externes sont insuffisantes. Une approche interactive pourrait être adoptée par des entrepreneurs ayant une forte capacité à mobiliser des ressources externes et internes pour collaborer avec l'environnement. |

La Théorie des
Systèmes
Écologiques
(Bronfenbrenner,
1989)

La Théorie des Systèmes Écologiques examine comment les environnements multiples interagissent pour influencer le développement d'un individu. Cette approche peut être appliquée pour comprendre comment l'entrepreneur est affecté par différents niveaux de contexte. La perception de la crise est influencée par l'interaction entre les différents systèmes environnementaux (micro, méso, exo, macro) et les ressources internes (résilience, espoir) et externes (capital cognitif, réseaux sociaux). Par exemple, un entrepreneur dans un environnement de soutien (système exo) peut percevoir la crise différemment et utiliser ses ressources pour gérer cette crise plus efficacement. Un entrepreneur dans un environnement peu favorable peut choisir la fuite, en raison du manque de ressources et de soutien. Un environnement enrichissant permet d'explorer des solutions comme la réduction des coûts et l'épargne. La présence d'un soutien institutionnel et communautaire encourage des stratégies proactives comme la budgétisation et la planification de crise. Les contraintes du système peuvent mener à des réponses réactives comme la réduction des effectifs. La collaboration avec divers systèmes environnementaux peut mener à une approche interactive, avec des ajustements basés sur les feedbacks.

La Théorie de
l'Entrepreneuriat
Subjectif
(Mahoney et
Michael, 2005)

La théorie de l'entrepreneuriat subjectif explore comment les perceptions subjectives des entrepreneurs influencent leurs décisions et comportements. Elle se concentre sur la manière dont les entrepreneurs interprètent leur environnement et leurs propres capacités. L'entrepreneur interprète la crise en fonction de son capital psychologique, y compris ses ressources internes (auto-efficacité, optimisme) et externes (capital social). Ces perceptions influencent les choix de gestion de crise. Les perceptions négatives peuvent mener à une approche de fuite.

Une vision plus positive peut favoriser une approche de solution. Les entrepreneurs avec une forte perception de contrôle adoptent des approches proactives. Une perception de situation critique peut conduire à des mesures réactives. Une vision collaborative et ouverte favorise des approches interactives.

Dynamique
psychologique de
Manfred F.R. Kets de
Vries

La Dynamique Psychologique se concentre sur les aspects psychologiques des dirigeants et leur impact sur le comportement organisationnel, en tenant compte des aspects émotionnels et psychologiques en période de crise. Cette théorie explore comment les aspects psychologiques des dirigeants (stress, anxiété) influencent leur perception de la crise et l'impact sur leurs ressources internes (résilience, espoir) et externes (capital social). Les niveaux élevés de stress et d'anxiété peuvent conduire à des comportements de fuite. Une résilience élevée et une bonne gestion émotionnelle peuvent favoriser des approches de solution. La capacité à gérer le stress et à maintenir une vision positive favorise des approches proactives. Le stress élevé peut mener à des réponses réactives. Une bonne gestion des émotions et des relations favorise une approche interactive.

Théorie du
Comportement
Planifié (Ajzen)

La Théorie du Comportement Planifié propose que les intentions comportementales sont influencées par les attitudes, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu. La perception de la crise influence les attitudes des entrepreneurs. Le capital psychologique (autoefficacité, résilience) impacte le contrôle comportemental perçu, tandis que le capital social affecte les normes subjectives. Une perception faible de contrôle peut mener à la fuite. Une attitude positive et une perception de contrôle élevée favorisent les solutions. Le contrôle perçu et les attitudes proactives favorisent des actions proactives. Le manque de contrôle et des attitudes négatives peuvent mener à des réponses réactives. Une perception équilibrée du contrôle et des normes sociales favorise une approche interactive.

Cadre de Référence de La Recherche

Après la présentation du cadre théorique de la recherche, ce deuxième point s'attachera à proposer le cadre de référence de la recherche et à justifier les choix.

Modèle de Suder (2023)

Dans un contexte de crise, Suder(2023) suppose que les entrepreneurs prennent des décisions basées sur leurs évaluations des conditions du marché ; par conséquent, la perception d'une crise peut influencer d'autres caractéristiques de l'activité entrepreneuriale. Puisque les comportements entrepreneuriaux sont les éléments constitutifs d'un entrepreneur, la relation entre EO et performance est fondamentale. Mais cette perception peut modérer cette relation. L'hypothèse sur le rôle modérateur de la perception d'une crise dans la formation du rapport EO/performance est présentée cidessous.

La perturbation perçue des opérations de l'entreprise à la suite d'une crise modère l'impact de l'orientation entrepreneuriale sur la performance de l'entreprise, y compris les impacts de la prise de risque, de l'innovation et de la proactivité.

La prise de risque, l'innovation et la proactivité, en tant que composantes de l'orientation entrepreneuriale, ne peuvent être considérées comme améliorant de manière significative la performance de l'entreprise que si la crise est perçue comme une variable modératrice.

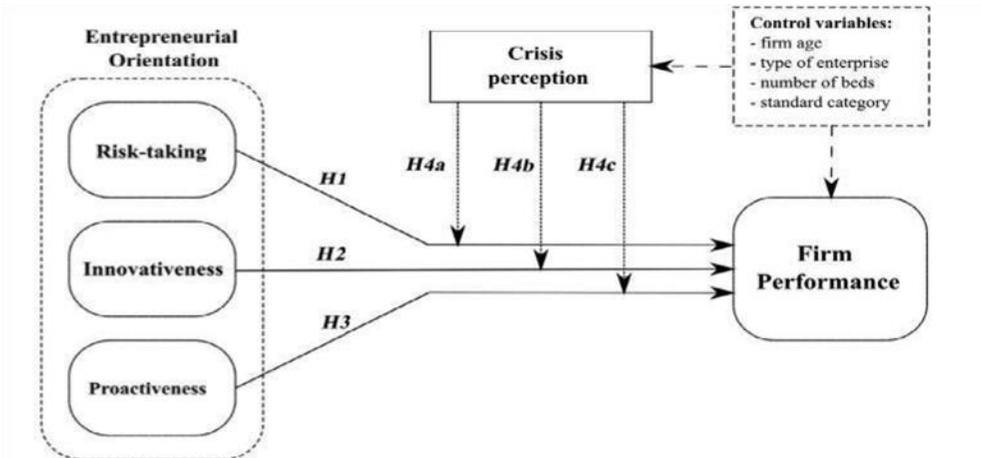


Figure 3. Modèle d’impact de la Perception d’une crise autant qu’une variable modératrice sur l’orientation entrepreneuriale Suder (2023)

A partir de cette conceptualisation de la relation entre l’orientation entrepreneuriale et la performance de la firme, nous pouvons souligner l’importance de la perception de la crise comme variable qui modèrent cette relation.

Modèle de Wang et al (2022)

Après avoir examiné la littérature normative, Wang et al. (2022) ont développé un cadre conceptuel des influences suivantes du capital psychologique et social sur la performance entrepreneuriale.

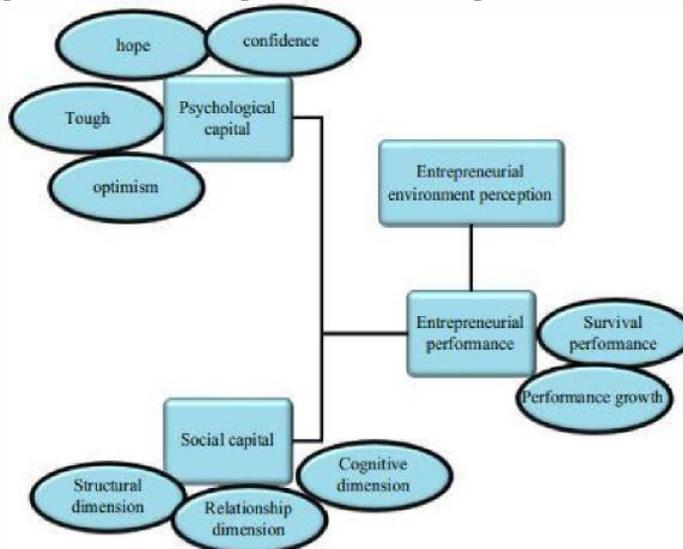


Figure 4. Modèle conceptuel de l’impact de la perception de l’environnement entrepreneurial, le capital psychologique et social sur la performance entrepreneuriale (Wang et al, 2022)

Les environnements entrepreneuriaux sont perçus différemment par les entrepreneurs, et le capital psychologique a des effets différents sur leur performance entrepreneuriale. Dans un environnement entrepreneurial optimal, l'effet du capital social sur les entrepreneurs diminue, mais celui du capital psychologique sur la performance entrepreneuriale augmente. Parce que dans un bon environnement entrepreneurial est propice à l'accumulation de capital psychologique.

Le rôle de l'état psychologique positif est particulièrement évident. Plus le capital psychologique est élevé, plus le niveau de performance entrepreneuriale est élevé. À l'inverse, dans un environnement entrepreneurial défavorable, le besoin urgent de capital d'entreprise matériel de base augmentera considérablement le rôle du capital social. En même temps que l'environnement entrepreneurial n'est pas favorable à l'accumulation de capital psychologique – il peut même réduire le capital psychologique – la signification du capital psychologique est également fortement affaiblie.

Selon le modèle de Wang et al. (2022), on peut retenir ce qui suit : la relation entre capital psychologique et capital social est négative puisque les entrepreneurs vont modifier leur perception de l'environnement entrepreneurial.

Modèle de Lux et al (2020)

Bronfenbrenner (1989) postule que la pratique commerciale microéconomique, dans laquelle la psychologie et le capital social des propriétaires d'entreprise et la formation entrepreneuriale sont modérés par le contexte plus large dans lequel leurs entreprises opèrent. L'environnement des affaires favorable permet à ces entrepreneurs d'exploiter de manière optimale leurs ressources personnelles, améliorant ainsi les performances de leur entreprise. Une situation défavorable implique qu'il est difficile pour les propriétaires d'entreprise d'utiliser leurs ressources personnelles pour réaliser des performances commerciales. Spigel (2017) note que les écosystèmes entrepreneuriaux sont intrinsèquement relationnels car les acteurs diversifiés qui les composent sont inextricablement liés.

Ce sont donc les interactions entre les propriétaires d'entreprise et leur environnement qui permettent un entrepreneuriat productif ; ni les conditions favorables aux entreprises. Les entreprises, même les plus petites, ne peuvent pas, à elles seules, générer des performances durables. La théorie de l'entrepreneuriat subjectif (Mahoney et Michael, 2005) explique que l'entrepreneuriat productif est un processus intrinsèquement stochastique et subjectif. Les entreprises ont tendance à se concentrer sur l'exploitation rationnelle des moyens et des opportunités plutôt que sur la rationalité de l'exploitation économique des écosystèmes entrepreneuriaux. En tant que

décideurs, les chefs d'entreprise ont une rationalité limitée (Simon, 1979) et agissent dans un contexte d'incertitude irréductible (Kor et al., 2007).

Ainsi, la perception que les acteurs ont de l'environnement économique est un meilleur indicateur de leur comportement que la réalité objective (Bisgaard, 2015). Ainsi, les perceptions des propriétaires d'entreprise quant à leur capacité à favoriser l'environnement local modèrent positivement la relation entre leurs ressources personnelles et la performance de l'entreprise, c'est-à-dire : les conditions favorables aux affaires permettent un entrepreneuriat productif, plutôt que de le générer.

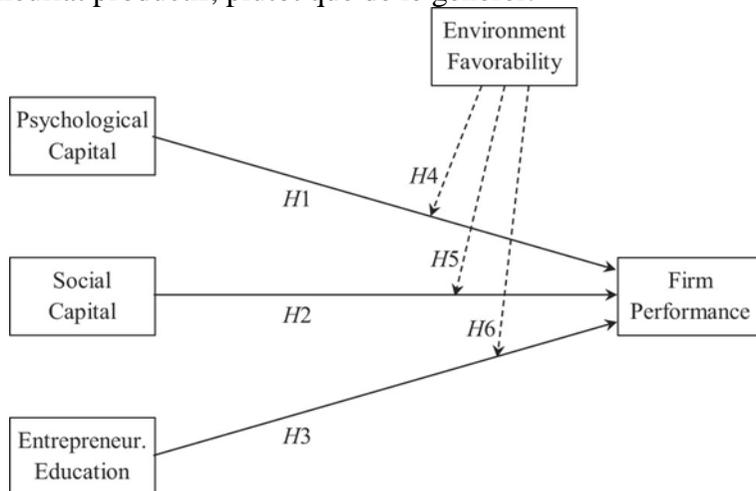


Figure 5. Modèle conceptuel de l'impact de la favorabilité de l'environnement sur le capital psychologique, social et l'éducation de l'entrepreneur Lux et al, (2020)

Modèle de Sahin et al (2015)

Les auteurs soutiennent que l'approche de fuite ressemble beaucoup à une approche proactive. Ici, la direction essaie d'anticiper une crise imminente suffisamment tôt et de concevoir des solutions ou des actions alternatives qui permettraient à l'organisation d'éviter une autre crise à l'avenir. L'objectif est de résoudre la crise au plus vite.

L'approche de solution cible également les prévisions précoces de la crise potentielle ainsi que la mise en place de procédures claires en cas de crise. Une partie de cette approche est une analyse cohérente avec l'environnement organisationnel, qui ne met pas de côté une analyse des forces et des faiblesses de l'organisation. L'analyse détaillée de la crise et la garantie de la stabilité de toutes les fonctions de l'entreprise sont très importantes. Dans cette approche, la crise doit être considérée comme une opportunité qui apporte des changements pour un meilleur fonctionnement dans toutes les activités au sein de l'organisation.

L'approche proactive est caractérisée dans ce modèle comme des procédures qui fournissent une information opportune et adéquate sur la crise

potentielle et les risques potentiels ; crée un système d'alerte précoce ; Des plans de crise et des scénarios sont élaborés ; une équipe de crise est formée.

Une approche réactive est envisagée ici à mettre en œuvre lorsque l'organisation est attaquée de manière inattendue par la crise. Les actions immédiates impliquent une réduction de la production, du personnel, de la situation financière, la perte d'avantages sociaux et des congés sans solde. L'auteur considère cette approche comme risquée pour les initiatives qui s'adressent également aux employés de l'organisation et aux consommateurs finaux.

L'approche finale, l'approche interactionnelle, devrait plutôt être considérée ici comme orientée vers l'évaluation des étapes précédentes. Nous pourrions parler de l'apprentissage des organisations et de la réponse aux réponses apportées à la crise. La communication avec les parties prenantes d'une organisation est ici importante.

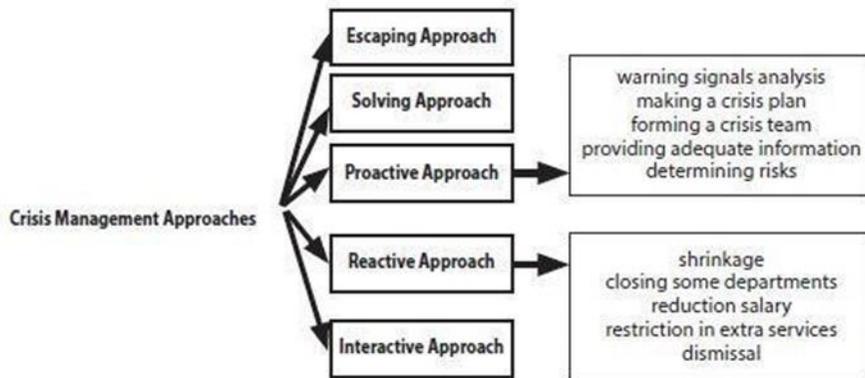


Figure 6. Les Cinq Approches de management de crise selon Sahin al, (2015)

Modèle de la théorie de comportement planifié de Ajzen

La théorie du comportement planifié (TPB) est l'une des théories du changement de comportement les plus largement utilisées. Selon le Web of Science, depuis qu'Icek Ajzen l'a publié dans un livre en 1988 et dans un article en 1991, il y a eu plus de 5 000 citations. Les principales affirmations avancées sont que l'intention comportementale est l'antécédent immédiat du comportement et du contrôle perçu sur le comportement (Ajzen 1991). Les attitudes envers le comportement ainsi que les normes subjectives et le contrôle perçu du comportement déterminent les intentions comportementales d'un individu. Le TPB a été appliqué pour expliquer et prédire les intentions et les comportements dans des domaines de recherche tels que les sciences de la santé (Godin & Kok 1996), les études sur les loisirs (Hagger et al. 2003), la psychologie (Austin & Vancouver, 1996) et le marketing (Pavlou & Fygenon, 2006).

Le TPB a également été utilisé pour expliquer et prédire les comportements planifiés en entrepreneuriat. Pratiquement tous les chercheurs en entrepreneuriat qui ont intégré le TPB dans leurs recherches établissent que le démarrage et la croissance d'une entreprise (et divers autres comportements liés à l'entrepreneuriat) sont des comportements planifiés (Kolvereid et Isaksen 2006 ; Krueger et Reilly 2000 ; Krueger et al. 2000). Selon Krueger et al. (2000, p. 414), « En général, une grande partie du comportement humain est planifiée » ; on ne peut pas imaginer démarrer une entreprise dans laquelle l'entreprise naissante est simplement lancée comme une réponse conditionnée à un stimulus. L'entrepreneuriat est un processus intentionnel dans lequel les individus planifient cognitivement d'adopter des comportements de reconnaissance d'opportunités, de création et de développement d'entreprise.

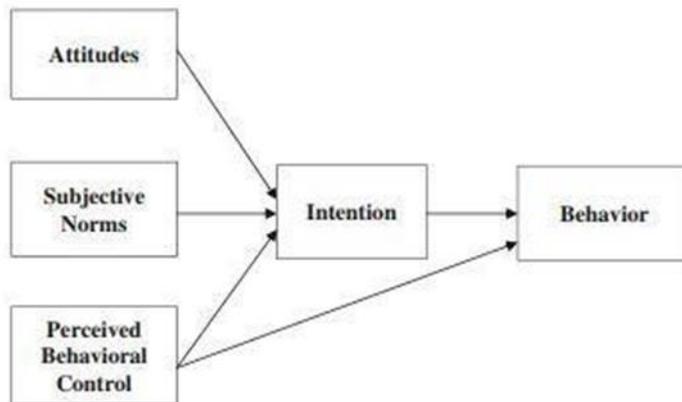


Figure 7. Modèle de la théorie du comportement planifié Ajzen (1991)

Dans notre modèle, c'est le concept « attitudes » et non « approches » de gestion de crise qui doivent être utilisées pour plusieurs raisons. Selon Ajzen (1991), dans sa théorie du comportement planifié, il souligne que les intentions et le comportement des individus sont fortement influencés par leurs attitudes face à une situation donnée. Les attitudes ne révèlent pas seulement la perception (interne et externe) qu'un entrepreneur a d'une crise mais captent également des évaluations subjectives liées à l'impact d'une crise sur ses ressources psychologiques et sociales. En effet, les attitudes reflètent la manière dont l'entrepreneur évalue sa capacité à gérer une crise, à mobiliser des ressources internes (efficacité personnelle, optimisme, résilience, espoir) ainsi que des ressources externes (capital social, systèmes de soutien). Ces évaluations influencent directement en termes de choix de gestion en favorisant certains comportements financiers tels que le désinvestissement dans le cas d'actifs spécifiques ou l'investissement en R&D. À l'inverse, bien que pertinentes, les « approches » de gestion de crise font souvent référence à des stratégies particulières ou à des actions prédéterminées. Il ne s'agit pas

toutes de petites nuances spécifiques de perceptions et d'attitudes individuelles qui influencent la manière dont ces stratégies sont adoptées et adaptées. En intégrant le concept d'attitudes, notre modèle peut être plus précis dans la réflexion sur la dynamique psychologique de l'entrepreneur en temps de crise et sur la manière dont ses perceptions influencent ses décisions de gestion et son comportement financier. Ainsi, en utilisant les « attitudes », nous pouvons plutôt comprendre et prédire les réponses comportementales de l'entrepreneur face à la crise, en tenant compte des variations individuelles dans la perception et l'évaluation de la situation.

Proposition d'un Nouveau Modèle de Recherche

Après avoir présenté le cadre théorique de la présente recherche ainsi que le cadre de référence, ce troisième point vise à apporter une vision claire sur la modélisation de l'impact de la perception de la crise sur le capital psychologique et sociale de l'entrepreneur et leurs influences sur leurs comportements financiers.

Choix des hypothèses de recherche

Les hypothèses de cette étude sont construites à partir de théories et modèles pertinents pour analyser l'impact de la perception de la crise sur le capital psychologique et social des entrepreneurs, ainsi que leurs comportements financiers. Ces hypothèses s'appuient sur des cadres conceptuels établis pour expliquer les relations complexes entre ces variables.

H1 : Influence de la perception de la crise sur le capital psychologique

Selon la **Théorie de l'Acteur Stratégique**, les entrepreneurs réagissent aux crises en mobilisant leurs ressources internes, comme l'auto-efficacité et l'optimisme, ce qui module leur perception de la crise. Le **modèle de Wang et al.** soutient que dans des environnements défavorables, le capital psychologique est particulièrement vulnérable, diminuant les ressources de résilience, d'espoir et d'efficacité personnelle. Cette hypothèse examine comment une perception négative de la crise altère ces dimensions du capital psychologique.

H2 : Impact de la perception de la crise sur le capital social

La **Théorie des Systèmes Écologiques** met en évidence l'interaction entre les systèmes micro, méso et macro, qui façonnent les réseaux sociaux des entrepreneurs. Le **modèle de Lux et al.** souligne que le contexte entrepreneurial peut renforcer ou affaiblir les dimensions cognitives, structurelles et relationnelles du capital social. Cette hypothèse explore comment la perception de la crise modifie les relations sociales des entrepreneurs en fonction du soutien environnemental disponible.

H3 & H4 : Relation entre capital psychologique/social et attitudes face à la crise

La **Théorie de la Dynamique Psychologique** explique que les niveaux de stress et d’anxiété influencent les réactions stratégiques des entrepreneurs. Le **modèle de Sahin et al.** distingue quatre types d'attitudes face à la crise : fuite, solution, proactivité et interactivité. Ces hypothèses analysent comment le capital psychologique (H3) et le capital social (H4) influencent le choix des entrepreneurs entre ces approches, en fonction de leur capacité à mobiliser des ressources internes et externes.

H5 à H9 : Conséquences des attitudes sur les comportements financiers

La **Théorie du Comportement Planifié** affirme que les intentions comportementales sont guidées par les attitudes, le contrôle perçu et les normes sociales. Le **modèle de Suder** met en lumière comment la perception de la crise module la relation entre l’orientation entrepreneuriale et les décisions stratégiques. Ces hypothèses examinent l’impact des attitudes face à la crise (fuite, solution, proactivité, réactivité et interactivité) sur des comportements financiers spécifiques, comme la réduction des investissements, la liquidation d’actifs, la budgétisation et la recherche de financement..

Tableau 3. Justification du choix des hypothèses de recherche

| Hypothèses de recherche | | Auteurs |
|-------------------------|--|---|
| H1 | Perception de la crise par l'entrepreneur | Capital Psychologique |
| H1a | | Baron et al., 2013; , Baluku et al., 2018 Ali et al., 2021 Rakotoarisoa et coll., 2022; , |
| H1b | | Auto-efficacité |
| H1c | | Hugten, 2023 |
| H1d | | Optimisme |
| H2 | | Li et coll., 2022 |
| H2a | | Capital Social |
| H1b | | Wang et al. (2022) Lux et al. (2020) Youssef 2024 Smith et al., 2017 |
| H1c | | Capital Cognitif |
| H3 | | Capital Psychologique |
| H3a | | (Kets de Vries, 2024). (Mahoney et Michael, 2005) (Lux et al., 2020) Suder (2023). |
| H3b | | Attitude de Fuite |
| | | Attitude de Solution |

| | | | |
|-----------|-----------------------|---|--|
| H3c | | Attitude proactive | Zou et al., 2015 |
| H3d | | Attitude Réactive | Baron et al., 2013 |
| H3e | | Attitude Interactive | (Hu et al., 2022 |
| H4 | Capital Social | Attitudes face à la Crise | (Kets de Vries, 2024). (Mahoney et Michael, 2005) (Lux et al., 2020) Suder (2023). |
| H4a | | Attitude de Fuite | Roessingh et Smits, 2010 |
| H4b | | Attitude de Solution | Kročil et al., 2023 |
| H4c | | Attitude proactive | Rajennd et al., 2015 |
| H4d | | Attitude Réactive | Tiwari et Shastri, 2022 |
| H4e | | Attitude Interactive | Smith et al., 2017 |
| H5 | Fuite | Comportement Financiers de Fuite | Kets de Vries, 2024). Suder (2023). (Lux et al., 2020). |
| H5a | | Liquidation des actifs | Harris et Raviv, 1991 ; Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1992) ; Campbell, J. Y., & Shiller, R. J. (1988) ; Sahin et al, 2015 |
| H5b | | Achat d'assurance | (Doherty, 2000 ; Cummins, J. D., & Weiss, M. A. (2009) ; Sahin et al, 2015 |
| H5c | | Restructuration financière | (Modigliani et Miller, 1958 ; Gilson, S. C. (1990) ; Andrade, G., & Kaplan, S. N. (1998) ; Sahin et al, 2015) |
| H6 | Solution | Comportements Financiers de Solution | Mahoney et Michael (2005). (Lux et al., 2020). Kets de Vries (2024). |
| H6a | | Réduction des investissements | Brealey et Myers, 2003 ; Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001) ; D'Aveni, R. A. (1989) ; Sahin et al, 2015 |
| H6b | | Fonds d'épargne | Keynes, 1936 ; Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998) ; Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989) |
| H6c | | Réduction des coûts | (Barney, 1991 ; Penrose, E. T. (1959) ; Peteraf, M. A. (1993) ; Sahin et al, 2015) |
| H6d | | Financement à long terme | (Gertler et Gilchrist, 1994 ; Rajan, R. G., & Zingales, L. (1998) ; DemirgüçKunt, A., & Maksimovic, V. (1998) ; Sahin et al, |

| | | | |
|-----|--------------------|--|---|
| | | | 2015) |
| H6e | | Investissement dans la R&D | (Schumpeter, 1942 ; Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990) ; Mansfield, E. (1981) ; Sahin et al, 2015). |
| H7 | Proactive | Comportements Financiers Proactifs | Mahoney et Michael (2005). (Lux et al., 2020). |
| H7a | | Budgétisation | (Horngren et al., 2002 ; Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996) ; Hope, J., & Fraser, R. (2003) Sahin et al, 2015 ; Hu et al, 2023) |
| H8 | Réactive | Comportements Financiers Réactifs | (Kets de Vries, 2024). (Mahoney et Michael, 2005). |
| H8a | | Réduction des effectifs | (Cameron, 1994 ; Cascio, W. F. (1993) ; Sahin et al, 2015) |
| H8b | | Financement à court terme | (Myers, 1977 ; Berger, A. N., & Udell, G. F. (1995) ; Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1994) ; Sahin et al, 2015) |
| H9 | Interactive | Comportements Financiers Intéreactifs | (Kets de Vries, 2024). Suder (2023). (Lux et al., 2020). |
| H9a | | Placement | (Markowitz, 1952 ; Merton, R. C. (1974) ; Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976) ; Sahin et al, 2015) |

Proposition d'un nouveau modèle de recherche

Le modèle de recherche propose une relation complexe entre la perception de crise, le capital psychologique des entrepreneurs et le capital social. Il explique comment les perceptions de crise influencent le capital psychologique des entrepreneurs en termes d'auto-efficacité, d'espoir et d'optimisme en plus de la résilience. L'étude examine également le capital social, en le divisant en aspects cognitifs, structurels et relationnels. Les perceptions de crise - qu'elles soient classées comme une attitude de fuite ou basée sur la solution, proactive et réactive ou même interactive - sont par conséquent évaluées par rapport aux variations du capital psychologique et social. En effet, à mesure que ce modèle est testé plus avant pour sa validité, il étudie également l'impact de chaque perception sur les comportements financiers tels que la réduction des investissements, la restructuration des

finances et l'investissement dans la recherche tout en recherchant le développement. Ce modèle permet d'étudier comment le capital psychologique et social modulent les attitudes des entrepreneurs face aux crises et influence leurs choix financiers, offrant ainsi une perspective approfondie sur la gestion des crises en entrepreneuriat. Cela permettra de s'assurer que ces entrepreneurs peuvent apprendre à adapter leurs stratégies chaque fois qu'ils sont confrontés à différentes formes de crise.

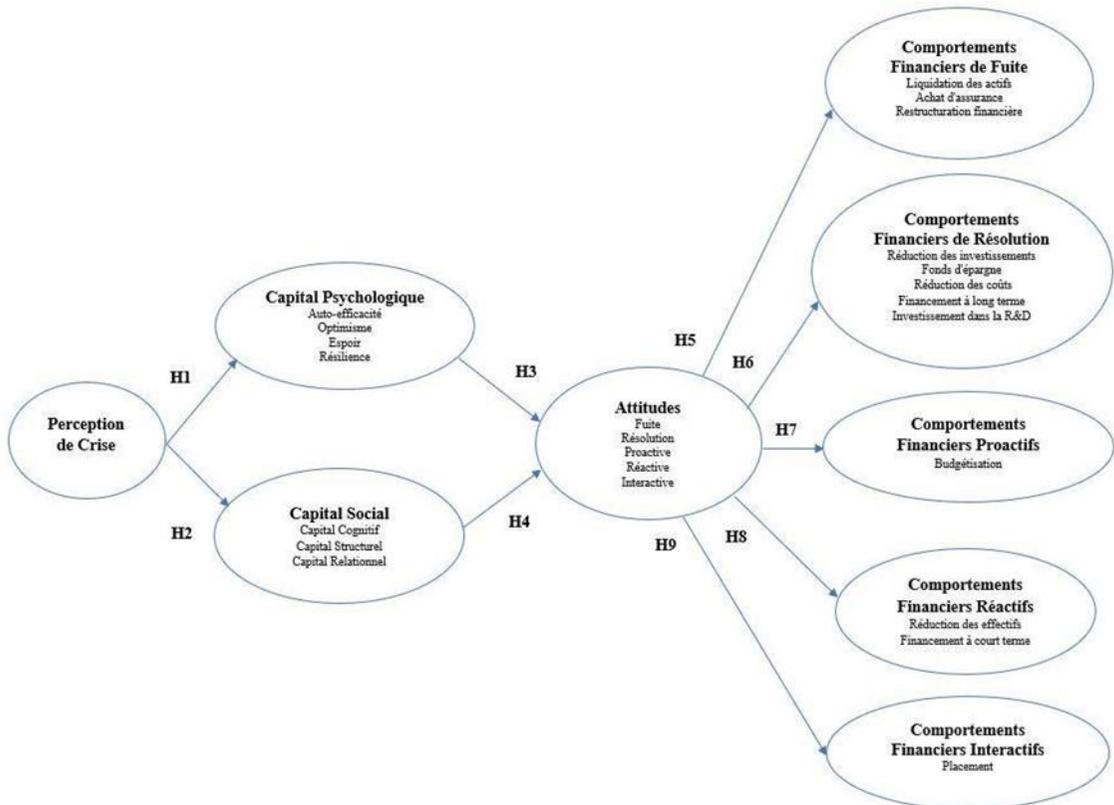


Figure 8. Modèle de la recherche

Description des variables de recherche

Le tableau ci-dessous illustre les définitions des différentes variables retenues au niveau de notre modèle de recherche.

Tableau 4. Définitions retenues pour l'ensemble des variables de recherche

| Variables | Définitions retenues | Adopté de |
|------------------------------|---|---|
| Perception de crise | La perception de la crise fait référence à la manière dont un individu interprète et évalue une situation de crise, incluant la gravité perçue, l'impact potentiel, et la capacité perçue à y faire face. | Pearson, C. M., & Clair, J. A. (1998). |
| Capital Psychologique | Une stratégie positive, différenciée et durable pour découvrir et développer le plein potentiel des individus qui va au-delà du comportement organisationnel normal. | Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007) |
| Auto-efficacité | La croyance en ses capacités à organiser et exécuter les actions nécessaires pour gérer des situations spécifiques. | Bandura, A. (1997) |
| Optimisme | Une tendance à espérer et à croire que des résultats positifs ou souhaitables se produiront. | Carver, C. S., & Scheier, M. F. (2002) |
| Espoir | Une attente qui donne aux gens « la détermination et la volonté intériorisées d'investir leur énergie » pour atteindre leurs objectifs » | (Luthans et Youssef, 2004) |
| Résilience | La capacité de rebondir et de s'adapter face à l'adversité, aux défis ou aux échecs. | Masten, A. S. (2001) |
| Capital Social | Les éléments de la vie sociale qui favorisent les avantages mutuels, tels que la réciprocité, les normes et la confiance sociale. | Kawachi (1999) |
| Capital Cognitif | Les représentations, interprétations et significations partagées par chacun. | Nahapiet and Ghoshal (1998) |
| Capital Structurel | La structure des liens entre les personnes à l'intérieur d'un réseau | Nahapiet and Ghoshal (1998) |
| Capital Relationnel | La qualité des relations interpersonnelles dans le réseau, incluant la confiance, les obligations, et l'identification mutuelle. | Granovetter, M. S. (1985) |
| Attitude de Fuite | Attitude visant à éviter ou à minimiser l'exposition aux impacts de la crise. | Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984) |
| Attitude de Solution | Attitude visant à résoudre les problèmes directement causés par la crise, souvent par des stratégies de réduction de risques. | Weick, K. E. (1993) |
| Attitude Proactive | Attitude visant à anticiper les défis futurs et à préparer des réponses avant que la crise ne s'aggrave. | Crant, J. M. (2000) |
| Attitude Réactive | Attitude qui consiste à répondre aux problèmes au fur et à mesure qu'ils surviennent, sans planification préalable. | George, J. M., & Jones, G. R. (2001) |

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| Attitude interactive | Attitude qui implique la collaboration et la communication avec les parties prenantes pour trouver des solutions communes face à la crise. | Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998) |
| Liquidation des actifs | Vente d'actifs pour libérer des liquidités et atténuer les risques financiers immédiats. | Brunnermeier, M. K., & Pedersen, L. H. (2009) |
| Achat d'assurance | Souscription à des polices d'assurance pour se protéger contre les pertes futures éventuelles. | Doherty, N. A. (2000) |
| Restructuration Financière | Réorganisation des structures de dettes ou de capitaux pour améliorer la stabilité financière. | Hotchkiss, E. S., & Moorian, R. M. (1997). |
| Réduction des investissements | La décision stratégique de diminuer ou d'ajuster les fonds alloués aux projets ou activités de l'entreprise en réponse à une crise ou à une incertitude économique. | Whittington, R. (2001) |
| Epargne personnel | Des ressources financières consciemment mises de côté par les individus et les institutions en vue d'une utilisation future | (Attanasio, O. and Brugiavini, A. (2003) |
| Réduction des coûts | Mise en œuvre de mesures visant à diminuer les dépenses pour préserver les liquidités. | (Kaplan, R. S., & Cooper, R. (1998) |
| Financement à long terme | L'acquisition de fonds pour une période de plus d'un an afin de soutenir les opérations commerciales, les investissements ou les projets | (Rymanov, 2018). |
| Investissement (R-D) | L'affectation de ressources à des activités visant à créer de nouveaux produits, procédés ou services ou à améliorer ceux qui existent déjà. | Moosavian et coll., 2022 |
| Réduction des effectifs | Un ensemble délibéré et planifié de politiques et de pratiques organisationnelles visant à réduire les effectifs dans le but d'améliorer le rendement de l'entreprise | (Chhinzler et Currie, 2014) |
| Financement à court terme | Le processus d'acquisition de fonds pour une courte période, généralement moins d'un an, pour répondre aux besoins financiers immédiats d'une entreprise | (Diamond, 1991) |
| Placement | Le processus d'acquisitions de capitaux propres ou financées par actions, qui augmente la valeur comptable des capitaux propres d'un certain pourcentage d'actifs | (Huang & Ritter, 2009) |
| Budgétisation | Le processus d'allocation de ressources financières pour atteindre des objectifs organisationnels spécifiques | (Suwanda et coll., 2021). |

Conclusion, Apports, Limites et Perspectives

Cet article présente un modèle théorique qui explore la psychologie sous-jacente aux décisions financières des dirigeants-entrepreneurs en période de crise. En intégrant les concepts de perception de la crise, de capital psychologique et social, il met en lumière le rôle crucial de ces ressources dans la résilience entrepreneuriale et la gestion des environnements économiques perturbés.

Les résultats soulignent que la perception d'une crise impacte directement le capital psychologique entrepreneurial, influençant ainsi des décisions financières souvent déterminantes pour la survie et la performance des entreprises.

Ce travail offre plusieurs contributions significatives. D'abord, il enrichit la littérature en introduisant une perspective psychologique dans l'étude des décisions financières des entrepreneurs en période de crise, un domaine souvent négligé. Ensuite, le modèle théorique proposé fournit une approche intégrée pour comprendre comment le capital psychologique et social agit comme modérateur des comportements financiers des entrepreneurs. Enfin, des recommandations pratiques sont formulées pour aider les entrepreneurs et les gestionnaires à renforcer la résilience organisationnelle grâce à une meilleure mobilisation des ressources psychologiques et sociales.

Cependant, ce modèle théorique mérite d'être validé et enrichi par des recherches futures. Une étude empirique, s'appuyant sur des données quantitatives et qualitatives, serait essentielle pour tester et affiner le cadre proposé. De plus, il serait pertinent d'examiner l'impact de variables contextuelles, telles que la taille de l'entreprise, le secteur d'activité ou le contexte culturel, sur la relation entre perception de la crise, capital psychologique, capital social et comportements financiers. Enfin, une approche longitudinale permettrait d'analyser l'évolution de ces dynamiques au fil du temps, offrant une compréhension approfondie des mécanismes psychologiques à l'œuvre en période de crise économique.

Conflit d'intérêts : Les auteurs n'ont signalé aucun conflit d'intérêts.

Disponibilité des données : Toutes les données sont incluses dans le contenu de l'article.

Déclaration de financement : Les auteurs n'ont obtenu aucun financement pour cette recherche.

References:

1. Arrighetti, A., Caricati, L., Landini, F., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: a field study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 22(6), 835-859. <https://doi.org/10.1108/ijebr-12-2015-0326>
2. Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., & Tsakanikas, A. (2017). Antecedents of growth-oriented entrepreneurship before and during the greek economic crisis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 528-544. <https://doi.org/10.1108/jsbed-01-20170003>
3. Kročil, O., Müller, M., & Kubátová, J. (2023). Vulnerable social enterprises: sensemaking of the covid-19 crisis in the czech republic. *Social Enterprise Journal*, 19(2), 144-166. <https://doi.org/10.1108/sej06-2022-0054>
4. Marx, S. and Klotz, M. (2021). Entrepreneurship during crisis: innovation practices of micro and small tour operators. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 24(3), 155-166. <https://doi.org/10.1177/14657503211061025>
5. Matpootorn, V. (2023). Adaptation of street food entrepreneurs during the covid-19 pandemic in nakhon ratchasima province. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e02423. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2423>
6. Dawson, C. (2017). Financial optimism and entrepreneurial satisfaction. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(2), 171-194. <https://doi.org/10.1002/sej.1244>
7. Qu, L. (2023). Research on optimizing the path of education of ideologic and politic combined with multi-objective planning for the cultivation of innovative and entrepreneurial abilities. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns.2023.2.01285>
8. Rakotoarisoa, M., Sulistyandari, S., Ravoaja, H., Randrianantenaina, S., & Ramalina, R. (2022). Influence of positive psychological capital on social entrepreneurship intention during covid-19. *International Journal of Economics and Business Issues*, 1(1), 28-43. <https://doi.org/10.59092/ijebi.vol1.iss1.8>
9. Zheng, J. (2024). Optimization of resource allocation of university innovation and entrepreneurship education based on collaborative filtering algorithm. *jes*, 20(3s), 1853-1862. <https://doi.org/10.52783/jes.1724>
10. Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster

11. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(S1), S95-S120.
12. Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2022). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
13. Newman et al (2022), Small Businesses and Entrepreneurship in Times of Crises: The Renaissance of Entrepreneur-Focused Micro Perspectives *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* 2022, Vol. 40(2) 119–129 DOI: 10.1177/02662426211063390
14. Jalil et al (2023), The influence of psychological capital and social capital on women entrepreneurs' intentions: the mediating role of attitude *HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES COMMUNICATIONS* | (2023) 10:393 | <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01908-3>
15. *Acta Oeconomica Pragensia*, 2019, 27(3–4), 61–77, <https://doi.org/10.18267/j.aop.628>
16. Ghazi. (2017). The impact of strategic planning on crisis management styles in the 5-star hotels. *المجلة العلمية لكلية السياحة و الفنادق جامعة الإسكندرية*, 14(14 - A), 24-42. <https://doi.org/10.21608/thalexu.2017.48499>
17. Heath, R. (2001). Effective problem and crisis management - fast? and the six interaction rules. *International Journal of Emergency Management*, 1(1), 49. <https://doi.org/10.1504/ijem.2001.000509>
18. Gaspar, R., Domingos, S., Brito, D., Leiras, G., Filipe, J., Raposo, B., ... & Arriaga, M. (2020). Striving for crisis resolution or crisis resilience? the crisis layers and thresholds model and information and communication technology-mediated social sensing for evidencebased crisis management and communication. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(1), 40-52. <https://doi.org/10.1002/hbe2.241>
19. Meiste, R. and Jakštienė, S. (2015). Crisis diagnosis in anti-crisis management process in a company. *Oeconomia Copernicana*, 6(4), 49. <https://doi.org/10.12775/oec.2015.028>
20. Vašíčková, V. (2020). Crisis management process - a literature review and a conceptual integration. *Acta Oeconomica Pragensia*, 27(3-4), 61-77. <https://doi.org/10.18267/j.aop.628>
21. Fuhr, A. A team approach to corporate crisis management.. <https://doi.org/10.24124/2011/bpgub1513>
22. Bukar, U., Jabar, M., Sidi, F., Nor, R., Abdullah, S., & Othman, M. (2020). Crisis informatics in the context of social media crisis communication: theoretical models, taxonomy, and open issues. *Ieee Access*, 8, 185842-185869. <https://doi.org/10.1109/access.2020.3030184>

23. Laajalahti, A., Hyvärinen, J., & Vos, M. (2016). Crisis communication competence in co-producing safety with citizen groups. *Social Sciences*, 5(1), 13.
<https://doi.org/10.3390/socsci5010013>
24. Harris, M., & Raviv, A. (1991). The Theory of Capital Structure. *The Journal of Finance*, 46(1), 297-355.
25. Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1992). Liquidation Values and Debt Capacity: A Market Equilibrium Approach. *The Journal of Finance*, 47(4), 1343-1366.
26. Campbell, J. Y., & Shiller, R. J. (1988). Stock Prices, Earnings, and Expected Dividends. *The Journal of Finance*, 43(3), 661-676.
27. Selim Sahin et al. / *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195 (2015) 2298 – 2305
28. Doherty, N. A. (2000). *Integrated Risk Management: Techniques and Strategies for Managing Corporate Risk*. McGraw-Hill.
29. Cummins, J. D., & Weiss, M. A. (2009). Convergence of Insurance and Financial Markets: Hybrid and Securitized Risk-Transfer Solutions. *Journal of Risk and Insurance*, 76(3), 493-545.
30. Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261-297
31. Gilson, S. C. (1990). Bankruptcy, Boards, Banks, and Blockholders: Evidence on Changes in Corporate Ownership and Control When Firms Default. *Journal of Financial Economics*, 27(2), 355-387.
32. Andrade, G., & Kaplan, S. N. (1998). How Costly is Financial (not Economic) Distress? Evidence from Highly Leveraged Transactions that Became Distressed. *The Journal of Finance*, 53(5), 1443-1493.
33. Brealey, R. A., & Myers, S. C. (2003). *Principles of Corporate Finance*. McGraw-Hill.
34. Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
35. D'Aveni, R. A. (1989). The Aftermath of Organizational Decline: A Longitudinal Study of the Strategic and Managerial Characteristics of Declining Firms. *Academy of Management Journal*, 32(3), 577-605.
36. Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Macmillan.
37. 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.

38. Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989). An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints. *Journal of Political Economy*, 97(4), 808-827.
39. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
40. Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press.
41. Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
42. Gertler, M., & Gilchrist, S. (1994). Monetary Policy, Business Cycles, and the Behavior of Small Manufacturing Firms. *The Quarterly Journal of Economics*, 109(2), 309-340.
43. Rajan, R. G., & Zingales, L. (1998). Financial Dependence and Growth. *The American Economic Review*, 88(3), 559-586.
44. Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (1998). Law, Finance, and Firm Growth. *The Journal of Finance*, 53(6), 2107-2137.
45. Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Harper & Brothers.
46. Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
47. Mansfield, E. (1981). Composition of R&D Expenditures: Relationship to Size of Firm, Concentration, and Innovative Output. *The Review of Economics and Statistics*, 63(4), 610-615.
48. Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2002). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Prentice Hall.
49. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
50. Hope, J., & Fraser, R. (2003). Beyond Budgeting: How Managers Can Break Free from the Annual Performance Trap. *Harvard Business Review*, 81(2), 121-122.
51. Hu, R; Shen, ZX; Kang, TW; Wang, L; Bin, P; Sun, S 2023 Entrepreneurial Passion Matters: The Relationship Between Proactive Personality and Entrepreneurial Intention SAGE OPEN <http://dx.doi.org/10.1177/21582440231200940>
52. Fink, S. (1986). *Crisis Management: Planning for the Inevitable*. AMACOM.
53. Mitroff, I. I., Shrivastava, P., & Udwadia, F. E. (1987). Effective Crisis Management. *The Academy of Management Executive*, 1(3), 283-292.
54. Pearson, C. M., & Clair, J. A. (1998). Reframing Crisis Management. *The Academy of Management Review*, 23(1), 59-76.

55. Cameron, K. S. (1994). Strategies for Successful Organizational Downsizing. *Human Resource Management*, 33(2), 189-211.
56. Cascio, W. F. (1993). Downsizing: What Do We Know? What Have We Learned? *Academy of Management Perspectives*, 7(1), 95-104.
57. Myers, S. C. (1977). Determinants of Corporate Borrowing. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 147-175
58. Berger, A. N., & Udell, G. F. (1995). Relationship Lending and Lines of Credit in Small Firm Finance. *The Journal of Business*, 68(3), 351-381.
59. Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1994). The Benefits of Lending Relationships: Evidence from Small Business Data. *The Journal of Finance*, 49(1), 3-37.
60. Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91.
61. Merton, R. C. (1974). On the Pricing of Corporate Debt: The Risk Structure of Interest Rates. *The Journal of Finance*, 29(2), 449-470.
62. Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
63. Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Addison-Wesley.
64. Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. Doubleday/Currency.
65. Jang, Y; Lee, WJ; Hadley, B (2020) Interactive Effects of Business Environment Assessment and Institutional Programs on Opportunity Entrepreneurship SUSTAINABILITY
<http://dx.doi.org/10.3390/su12135280>
66. Suder (2023), Impact of entrepreneurial orientation on performance and moderating role of crisis perception: multimethod examination, *Journal of Organizational Change Management* Vol. 36 No. 8, 2023 pp. 86-116 DOI 10.1108/JOCM-04-2023-0124
67. Lux, F. Macau and K. Ann Brown (2020), Putting the entrepreneur back into entrepreneurial ecosystems, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol. 26 No. 5, 2020 pp. 1011-1041 DOI 10.1108/IJEER-01-2020-0031
68. Bisgaard, M. (2015), "Bias will find a way: economic perceptions, attributions of blame, and partisan-motivated reasoning during crisis", *The Journal of Politics*, Vol. 77 No. 3, pp. 849-860.
69. Bronfenbrenner, U. (1989), "Ecological systems theory", in Vasta, R. (Ed.), *Annals of Child Development*, Vol. 6, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 187-249.

70. Mahoney, J.T. and Michael, S.C. (2005), “A subjectivist theory of entrepreneurship”, in Alvarez, S.A., Agarwal, R. and Sorenson, O. (Eds), Handbook of Entrepreneurship Research, Springer, New York, NY, pp. 33-54.
71. Kor, Y.Y., Mahoney, J.T. and Michael, S.C. (2007), “Resources, capabilities and entrepreneurial perceptions”, Journal of Management Studies, Vol. 44 No. 7, pp. 1187-1212
72. Simon, H.A. (1979), “Rational decision making in business organizations”, The American Economic Review, Vol. 69 No. 4, pp. 493-513
73. Spigel, B. (2017), “The relational organization of entrepreneurial ecosystems”, Entrepreneurship: Theory and Practice, Vol. 41 No. 1, pp. 49-72.
74. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179