

QUESTIONNAIRE PURIFIÉ



Madame,
Monsieur,

Bienvenue dans ce sondage portant sur la performance de l'entreprise algérienne, sondage préparé pour des recherches universitaires.

L'entreprise algérienne fait face à plusieurs défis. Nous entreprenons dans ce cadre une étude dont les objectifs de recherche sont doubles :

- faire une analyse de la performance sur l'entreprise algérienne, ce qui nous permettra de déceler les indicateurs de performance les plus significatifs;
- mettre à la disposition des entreprises et des décideurs politiques algériens un outil d'optimisation de la performance.

Nous vous invitons ainsi à décrire certaines facettes de votre entreprise. Votre participation est précieuse et constitue une contribution importante à la réussite de ce projet de recherche. Le temps requis pour répondre à ce questionnaire est d'environ 17 à 25 minutes.

Nous signalons d'autre part que les réponses que vous donnerez sont strictement **anonymes** et **confidentielles**. Ce projet de recherche a par ailleurs été approuvé par le comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQAM. Le sondage s'adresse à l'entrepreneur, considéré comme étant la personne la plus qualifiée pour répondre à ce sondage.

Personnes contacts :

Boudjemaa Amroune, chercheur et doctorant en administration des entreprises, École des Sciences de la Gestion, Université du Québec à Montréal (**ESG_UQAM**) :

Courriel : amroune.boudjemaa@courrier.uqam.ca

Bernard Prosper, Ph.D., École des Sciences de la Gestion, Université du Québec à Montréal (**ESG_UQAM**)

Michel Plaisent, Ph.D., École des Sciences de la Gestion, Université du Québec à Montréal (**ESG_UQAM**)

Taïeb Hafsi, Ph.D., École des Hautes Études Commerciales, Université de Montréal (**HEC Montréal**)

SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR L'ENTREPRISE ET SUR L'ENTREPRENEUR

Veillez répondre aux questions suivantes concernant les informations générales sur vous et sur votre entreprise. Veillez cocher la case appropriée qui correspond à votre réponse.

1) Dans quel secteur d'activité œuvre votre entreprise?

	N°	
	1.1	Services
	1.2	Bâtiments et travaux publics
	1.3	Manufactures
	1.4	Services liés aux industries
	1.5	Agriculture
	1.6	Pêche
	1.7	Activités artisanales
	1.8	Mixte (deux ou plusieurs activités)
	1.9	Autres (précisez).....

2) Depuis quelle année votre entreprise existe-t-elle?

	2.1	Avant 1980
	2.2	1 ^{er} janvier 1980 au 31 décembre 1989
	2.3	1 ^{er} janvier 1990 au 31 décembre 1999
	2.4	1 ^{er} janvier 2000 à ce jour

3) Quelle est la taille de votre entreprise en termes de nombre d'employés permanents et à temps plein?

	3.1	Très petite entreprise (de 1 à 9 employés)
	3.2	Petite entreprise (de 10 à 49 employés)
	3.3	Moyenne entreprise (de 50 à 250 employés)
	3.4	Grande entreprise (de 251 à 500 employés)
	3.5	Très grande entreprise (plus de 500 employés)

4) Quel est le statut juridique de votre entreprise?

	4.1	Entreprise publique
	4.2	Entreprise privée
	4.3	Entreprise en partenariat
	4.4	Société par action (SPA)
	4.5	Société à responsabilité limitée (SARL)
	4.6	Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)
	4.7	Autres (précisez).....

5) Quelle est l'implantation géographique de votre entreprise sur le plan national?

	5.1	Nord
	5.2	Hauts plateaux
	5.3	Sud
	5.4	Grand Sud

6) Quel est le niveau scolaire le plus élevé que vous avez atteint?

	6.1	Primaire
	6.2	Moyenne
	6.3	Secondaire
	6.4	Universitaire (Licence ou ingénieure)
	6.5	Magistère ou master
	6.6	Doctorat

7) Qui prend les décisions dans votre entreprise?

	7.1	Directeur seul dans tous les cas
	7.2	Directeur seul uniquement dans les décisions stratégiques
	7.3	Directeur et ses proches assistants
	7.4	Autres personnes dirigeantes

8) Le propriétaire de l'entreprise est-il directeur?

	8.1	Oui
	8.2	Non

9) Quel est votre sexe?

	9.1	Masculin
	9.2	Féminin

10) Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous?

	10.1	Moins de 30 ans
	10.2	Entre 30 ans et 45 ans
	10.3	Entre 46 ans et 55 ans
	10.4	Entre 56 ans et 65 ans
	10.5	Plus de 65 ans

11) Avez-vous bénéficié d'un programme de mise à niveau pour votre entreprise?

	11.1	Oui
	11.2	Non

12) Si oui, en quelle année avez-vous bénéficié de ce programme?

	12	Veillez préciser l'année (.....)
--	-----------	----------------------------------

SECTION 2 : MESURE DE LA PERFORMANCE

Si vous avez fait des opérations de mise à niveau, veuillez répondre à la rubrique 2, sinon répondre à la rubrique 1.

13. Rubrique 1 : Évaluation de la performance de votre entreprise

Veuillez évaluer la performance de votre entreprise par rapport à la moyenne du secteur d'activité au cours des trois dernières années. Veuillez cocher la case appropriée pour chacun des indicateurs suivants :

(1 = Très en dessous de la moyenne, 2 = En dessous de la moyenne, 3 = Peu en dessous de la moyenne,
4 = Moyenne, 5 = Peu en dessus de la moyenne, 6 = En dessus de la moyenne, 7 = Très en dessus de la moyenne)

	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
	13. MESURE DE LA PERFORMANCE (MEPERFOR)								
MESURE DE PERFORMANCE	13.1	Croissance de la part du marché							
	13.2	Conformité des processus de gestion dans le fonctionnement de notre entreprise							
	13.3	Conformité de nos produits par rapport à ceux de nos concurrents							
	13.4	Satisfaction des clients et des partenaires de notre entreprise							
	13.5	Adaptation de notre entreprise à son environnement contextuel							
	13.6	Évolution du bénéfice net sur l'avoir							
	13.7	Évolution du bénéfice sur les ventes							

14. Rubrique 2 :

Veillez évaluer la performance de votre entreprise AVANT LA MISE À NIVEAU.

<p>Veillez évaluer la performance de votre entreprise par rapport à la moyenne du secteur d'activité au cours des trois dernières années. Veillez cocher la case appropriée pour chacun des indicateurs suivants :</p> <p>(1 = Très en dessous de la moyenne, 2 = En dessous de la moyenne, 3 = Peu en dessous de la moyenne, 4 = Moyenne, 5 = Peu en dessus de la moyenne, 6 = En dessus de la moyenne, 7 = Très en dessus de la moyenne)</p>									
	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
	13. MESURE DE LA PERFORMANCE (MEPERFOR)								
MESURE DE PERFORMANCE	14.1	Croissance de la part du marché							
	14.2	Conformité des processus de gestion dans le fonctionnement de notre entreprise							
	14.3	Conformité de nos produits par rapport à ceux de nos concurrents							
	14.4	Satisfaction des clients et des partenaires de notre entreprise							
	14.5	Adaptation de notre entreprise à son environnement contextuel							
	14.6	Évolution du bénéfice net sur l'avoir							
	14.7	Évolution du bénéfice sur les ventes							

15. Veillez évaluer la performance de votre entreprise APRÈS LA MISE À NIVEAU.

<p>Veillez évaluer la performance de votre entreprise par rapport à la moyenne du secteur d'activité au cours des trois dernières années. Veillez cocher la case appropriée pour chacun des indicateurs suivants :</p> <p>(1 = Très en dessous de la moyenne, 2 = En dessous de la moyenne, 3 = Peu en dessous de la moyenne, 4 = Moyenne, 5 = Peu en dessus de la moyenne, 6 = En dessus de la moyenne, 7 = Très en dessus de la moyenne)</p>									
	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
	13. MESURE DE LA PERFORMANCE (MEPERFOR)								
MESURE DE PERFORMANCE	15.1	Croissance de la part du marché							
	15.2	Conformité des processus de gestion dans le fonctionnement de notre entreprise							
	15.3	Conformité de nos produits par rapport à ceux de nos concurrents							
	15.4	Satisfaction des clients et des partenaires de notre entreprise							
	15.5	Adaptation de notre entreprise à son environnement contextuel							
	15.6	Évolution du bénéfice net sur l'avoir							
	15.7	Évolution du bénéfice sur les ventes							

SECTION 3.A : INVESTISSEMENTS IMMATÉRIELS

Selon votre perception des variables de l'investissement immatériel, veuillez indiquer l'importance que vous accordez à chacun des facteurs ci-dessous. Veuillez cocher la case appropriée pour chacun des indicateurs suivants :

(1 = Pas du tout d'accord, 2 = Pas d'accord, 3 = Plutôt pas d'accord, 4 = Ni en accord ni en désaccord,
5 = Plutôt d'accord, 6 = D'accord, 7 = Tout à fait d'accord)

GESTION DE LA PRODUCTION (GPRODUCT)	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7	
	16. GESTION DE LA PRODUCTION (GESTPROD)									
	16.1	Il y a eu une normalisation des produits.								
	16.2	Il y a eu une amélioration de la gestion des processus de production.								
	16.3	Il y a eu une optimisation du temps de fabrication des produits.								
	17. SITUATION DE LA PRODUCTION (SITUPROD)									
	17.1	La fiabilité du produit fini est plus améliorée.								
	17.2	La capacité du processus de production est nettement améliorée.								
	17.3	Nous maîtrisons la gestion des stocks des produits finis.								
	17.4	Nous minimisons régulièrement le coût de revient des produits finis.								

GESTION DE LA QUALITÉ (GQALITE)	18. GESTION DU PROCESSUS DE LA QUALITÉ (GESPRQAL)								
	18.1	Nous offrons à nos clients au moins un nouveau produit/service par année.							
	18.2	Chaque année, nous améliorons au moins une caractéristique de nos produits/services.							
	18.3	Nous assurons la correction des défauts dans nos activités de production							
	19. GESTION DE LA FONCTION QUALITÉ (GESFOQUL)								
	19.1	Nous pouvons documenter la qualité technique de notre produit/service par rapport à nos concurrents.							
19.2	Nous avons des informations sur les fournisseurs qui livrent toujours à temps et remplissent leurs engagements correctement.								
MANAGEMENT GÉNÉRAL	20. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET MANAGEMENT GÉNÉRAL (STORGMMG)								
	20.1	Le taux d'utilisation des mécanismes de coordination entre patrons et employés et de contrôle formel se compare aux autres entreprises de notre industrie.							
	20.2	Le taux d'utilisation des mécanismes de contrôle informel se compare aux autres entreprises de notre industrie.							
	20.3	Le degré de spécialisation en termes de nombres d'unités fonctionnelles et d'intensité administrative se compare aux autres entreprises de notre industrie.							
GESTION FINANCIÈRE	21. GESTION FINANCIÈRE (GESTFINA)								
	21.1	Les fonds nécessaires au financement des activités de production sont disponibles.							
	21.2	Le taux de croissance couvre les impératifs financiers.							
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES (GRHUMAIN)	22. SÉLECTION DU PERSONNEL (SELCPERS)								
	22.1	Lors du recrutement pour des postes de direction, nous prêtons une grande attention aux caractéristiques entrepreneuriales telles que : la créativité, l'entraînement à l'action, l'autonomie, etc.							
	22.2	Les postes de gestion ouverts sont souvent comblés par des candidats externes.							
	22.3	Lors du recrutement pour des postes de gestion, les critères de sélection les plus importants sont : travail en équipe, comportement en situation de conflit et avoir des compétences, etc.							
	23. FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DU PERSONNEL (FODEVPER)								
	23.1	L'objectif de la formation est accentué sur l'application des idées et des innovations en matière de gestion de projet, des sources d'approvisionnement et de mise en réseau (réseautage), etc.							
	23.2	L'objectif de la formation est de mettre l'accent sur des objectifs pratiques.							
	24. RÉCOMPENSES DU PERSONNEL (RECMPEPERS)								
	24.1	La récompense des gestionnaires dépend de leurs capacités à prendre des risques entrepreneuriaux.							
	24.2	Les employés innovateurs jouissent d'une bonne réputation.							
	24.3	Le succès dans le développement de nouvelles activités joue un rôle fondamental dans le développement de carrière de l'employé.							

GESTION DU MARKETING (GMARKTG)	25. ORIENTATION CLIENT (ORCLIENT)									
	25.1	Notre entreprise existe pour servir nos clients.								
	25.2	Nous sommes plus orientés sur le client que nos concurrents.								
	25.3	Notre avantage compétitif est principalement basé sur la diversification des produits/services.								
	26. ORIENTATION CLIENT EN ACTION (ORCLIACT)									
	26.1	Notre service de marketing communique régulièrement des documents (rapports, bulletins) qui fournissent des informations consistantes sur nos clients.								
	26.2	Dès qu'un évènement se passe dans un important marché client, toute l'entreprise est au courant à ce sujet dans une très courte durée.								
	26.3	Les données sur la satisfaction/insatisfaction du client sont souvent diffusées à tous les niveaux de l'entreprise.								

SECTION 3.B : INVESTISSEMENTS MATÉRIELS

Selon votre perception des variables de l'investissement matériel, veuillez indiquer l'importance que vous accordez à chacun des facteurs ci-dessous. Veuillez cocher la case appropriée pour chacun des indicateurs suivants :

(1 = Pas du tout d'accord, 2 = Pas d'accord, 3 = Plutôt pas d'accord, 4 = Ni en accord ni en désaccord, 5 = Plutôt d'accord, 6 = D'accord, 7 = Tout à fait d'accord)

MODERNISATION DES ÉQUIPEMENTS	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
			27. RENDEMENT DE LA MODERNISATION DE L'ÉQUIPEMENT (REMODEQU)						
	27.1	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une amélioration de la durée du cycle de vie de nos machines.							
	27.2	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une diminution de la consommation des outils et du consommable.							
	27.3	Après la modernisation de nos équipements, la qualité du produit est améliorée.							
ACQUISITION DE LA TECHNOLOGIE (ACQTECHN)			28. CAPACITÉS TECHNOLOGIQUES (CAPTECHN)						
	28.1	Les gestionnaires de notre entreprise allouent plus de ressources financières pour l'acquisition de la nouvelle technologie.							
	28.2	Les gestionnaires de notre entreprise estiment que l'utilisation de la nouvelle technologie est un moteur de croissance.							
	28.3	Dans notre industrie, les concurrents ont des technologies similaires à celles de notre entreprise.							
			29. ACQUISITION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES (ACQNOTEC)						
	29.1	En proportion du chiffre d'affaires, notre entreprise dépense plus, par rapport aux 5 dernières années, pour l'acquisition de la nouvelle technologie.							
29.2	En proportion du nombre d'employés, notre entreprise dépense plus, par rapport aux 5 dernières années, dans la recherche et développement « R&D ».								

SECTION 4 : VARIABLES DE L'ENVIRONNEMENT CONTEXTUEL

Selon votre perception des variables de l'environnement contextuel, veuillez indiquer l'importance que vous accordez à chacun des facteurs ci-dessous. Veuillez cocher la case appropriée pour chacun des indicateurs suivants :

(1 = Pas du tout d'accord, 2 = Pas d'accord, 3 = Plutôt pas d'accord, 4 = Ni en accord ni en désaccord, 5 = Plutôt d'accord, 6 = D'accord, 7 = Tout à fait d'accord)

N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
30. MUNIFICENCE DE L'ENVIRONNEMENT (MUNIFENV)								
30.1	Plusieurs opportunités sont offertes pour notre entreprise sur les marchés existants.							
30.2	Plusieurs opportunités sont offertes pour notre entreprise sur de nouveaux marchés (exemple : marchés d'exportation, etc.).							
30.3	Plusieurs ressources sont disponibles pour notre entreprise sur les différents marchés.							
31. DYNAMISME DE L'ENVIRONNEMENT (DYNAMENV)								
31.1	Le niveau d'instabilité de notre environnement technologique est élevé.							
31.2	Le niveau d'instabilité dans notre environnement socioculturel (exemple : nouveaux groupes de pression, syndicats patronaux, etc.) est élevé.							
31.3	Les stratégies compétitives des entreprises concurrentes avec notre entreprise sont imprévisibles.							
32. COMPÉTITIVITÉ (COMPTITI)								
32.1	Le pouvoir de négociation des clients est faible.							
32.2	Le pouvoir de négociation des fournisseurs est élevé.							
32.3	Les produits provenant du marché informel représentent une grande menace pour notre entreprise.							
32.4	Il existe une forte publicité de solde des produits/services dans notre secteur d'activité.							
32.5	Tout ce qu'on peut offrir sur le marché, d'autres entreprises concurrentes peuvent faire de même.							
32.6	Souvent, on entend parler de délocalisations de nos concurrents vers de nouveaux marchés.							
33. COMPLEXITÉ DE L'ENVIRONNEMENT (COMPLENV)								
33.1	La taille de notre réseau de partenaires d'affaires par rapport à celle de nos concurrents est faible.							
33.2	La taille de notre réseau d'associations professionnelles par rapport à celle de nos concurrents est faible.							
33.3	Le degré d'interdépendance entre nos partenaires d'affaires, nos associations professionnelles et nous-mêmes est faible.							
33.4	Il est nécessaire de collaborer avec plusieurs intervenants (exemple : grossistes, distributeurs et clients) pour la commercialisation de nos produits.							