

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 25 à 30 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**)

QUESTIONNAIRE

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, si non répondre à la rubrique 1.

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								
MESURE DE LA 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 de la croissance de revenu							
	13.7	Évolution du bénéfice net sur l'avoir							
	13.8	Évolution du bénéfice sur les ventes							
	13.9	Performance globale de notre entreprise							

Rubrique 2 :

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

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								
MESURE DE LA 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 de la croissance de revenu							
	13.7	Évolution du bénéfice net sur l'avoir							

	13.8	Évolution du bénéfice sur les ventes								
	13.9	Performance globale de notre entreprise								

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

	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
	13. Mesure de la performance								
MESURE DE LA 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 de la croissance de revenu							
	13.7	Évolution du bénéfice net sur l'avoir							
	13.8	Évolution du bénéfice sur les ventes							
	13.9	Performance globale de notre entreprise							

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)

	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
	14. GESTION DE LA PRODUCTION								
GESTION DE LA PRODUCTION	14.1	Il y a eu une normalisation des produits.							
	14.2	Il y a eu une amélioration de la gestion des processus de production.							
	14.3	Il y a eu une amélioration des délais de livraison des produits finis.							
	14.4	Il y a eu une amélioration de la flexibilité des équipements.							
	14.5	Il y a eu une optimisation du temps de fabrication des produits.							
		15. SITUATION DE LA PRODUCTION							
	15.1	La fiabilité de livraison est continuellement améliorée.							
	15.2	La fiabilité du produit fini est plus améliorée.							
	15.3	La capacité du processus de production est nettement améliorée.							
	15.4	La fréquence de passation des commandes de la matière première est beaucoup maîtrisée.							
15.5	Nous maîtrisons la gestion des stocks des produits finis.								
15.6	Nous minimisons régulièrement le coût de revient des produits finis.								
15.7	Nous assurons le service après vente.								

GESTION DE LA QUALITÉ	16. GESTION DU PROCESSUS DE LA QUALITÉ									
	16.1	Nous faisons continuellement des améliorations de la qualité de nos produits/services.								
	16.2	Nous offrons à nos clients au moins un nouveau produit/service par année.								
	16.3	Chaque année, nous améliorons au moins une caractéristique de nos produits/services.								
	16.4	Nous suivons avec attention tous les processus de l'assurance de la qualité.								
	16.5	Nous utilisons les indices statistiques pour mesurer la performance de nos processus de production.								
	16.6	Nous intégrons les facteurs de qualité dans la conception de nos produits/services.								
	16.7	Nous assurons la correction des défauts dans nos activités de production.								
	17. GESTION DE LA FONCTION QUALITÉ									
	17.1	Nous pouvons documenter la qualité technique de notre produit/service par rapport à nos concurrents.								
17.2	Si nous mettons en œuvre une nouvelle procédure de gestion de la qualité, nous collectons et surveillons l'information afin de déterminer la mesure dans laquelle elle est meilleure que la précédente procédure.									
17.3	Nous avons des informations sur les fournisseurs qui livrent toujours à temps et remplissent leurs engagements correctement.									
MANAGEMENT GÉNÉRAL	18. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET MANAGEMENT GÉNÉRAL									
	18.1	Le degré de souplesse organisationnelle est meilleur par rapport aux autres entreprises de notre industrie.								
	18.2	Le taux d'utilisation des mécanismes de coordination entre patrons et employés et de contrôle formel se compare aux autres entreprises de notre industrie.								
	18.3	Le taux d'utilisation des mécanismes de contrôle informel se compare aux autres entreprises de notre industrie.								
	18.4	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	19. GESTION FINANCIÈRE									
	19.1	Les fonds nécessaires au financement des activités de production sont disponibles.								
	19.2	L'utilisation des ressources limitées et l'allocation de celles-ci aux activités les plus productives sont bien étudiées.								
	19.3	Nous mesurons les conséquences des différentes décisions financières.								
	19.4	Le taux de croissance couvre les impératifs financiers.								
	20. PLANIFICATION FINANCIÈRE									
	20.1	Nous développons des stratégies financières pour soutenir la politique de l'entreprise.								
	20.2	Nous procédons à une amélioration et à un réexamen des pratiques financières pour supporter la stratégie globale de l'entreprise.								
	20.3	Nous utilisons des concepts financiers qui soutiennent et renforcent les activités de production.								

SECTION 3.B : INVESTISSEMENTS MATÉRIELS

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	21. SÉLECTION DU PERSONNEL										
	21.1	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.									
	21.2	Les postes de gestion ouverts sont souvent comblés par des candidats externes.									
	21.3	Les possibilités de promotion à des postes supérieurs sont nombreuses dans notre entreprise.									
	21.4	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.									
	22. FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DU PERSONNEL										
	22.1	L'objectif de la formation est accentué sur les compétences interpersonnelles (capacité à travailler en équipe, gestion des conflits, etc.)									
	22.2	L'objectif de la formation est de mettre l'accent sur la créativité telle que : méthodes de créativité, aptitudes pour la résolution des problèmes, etc.									
	22.3	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.									
	22.4	L'objectif de la formation est de mettre l'accent sur des objectifs pratiques.									
	23. RÉCOMPENSES DU PERSONNEL										
	23.1	La récompense des gestionnaires est liée aux résultats de l'entreprise.									
	23.2	La récompense des gestionnaires dépend de leurs créativités.									
	23.3	La récompense des gestionnaires dépend de leurs capacités à prendre des risques entrepreneuriaux.									
23.4	La récompense des gestionnaires dépend de leurs initiatives innovantes.										
23.5	Les employés innovateurs jouissent d'une bonne réputation.										
23.6	Le succès dans le développement de nouvelles activités joue un rôle fondamental dans le développement de carrière de l'employé.										
GESTION DU MARKETING	24. ORIENTATION CLIENT										
	24.1	Nous avons de bonnes traditions dans notre service à la clientèle.									
	24.2	Notre développement de produits/services est basé sur les informations collectées auprès de notre clientèle.									
	24.3	Notre entreprise existe pour servir nos clients.									
	24.4	Dans notre entreprise, l'intérêt du client doit toujours primer.									
	24.5	Nous sommes plus orientés sur le client que nos concurrents.									
	24.6	Nous connaissons la façon dont nos clients apprécient nos produits.									
	24.7	Notre avantage compétitif est principalement basé sur la diversification des produits/services.									
	24.8	Nos produits/services sont les meilleurs sur le marché.									
	25. ORIENTATION CLIENT EN ACTION										
	25.1	Nous tenons régulièrement des réunions interdépartementales pour discuter des tendances du marché.									
	25.2	Le service marketing passe beaucoup de temps à discuter les besoins de nos clients avec d'autres départements fonctionnels.									
	25.3	Notre service de marketing communique régulièrement des documents (rapports, bulletins) qui fournissent des informations consistantes sur nos clients.									
	25.4	Dès qu'un événement se passe dans un important marché client, toute l'entreprise est au courant à ce sujet dans une très courte durée.									
25.5	Les données sur la satisfaction/insatisfaction du client sont souvent diffusées à tous les niveaux de l'entreprise.										

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)

	N°	Énoncé de la question	1	2	3	4	5	6	7
MODERNISATION DES ÉQUIPEMENTS		26. RENDEMENT DE LA MODERNISATION DE L'ÉQUIPEMENT							
	26.1	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une amélioration de la durée du cycle de vie de nos machines.							
	26.2	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une diminution de la consommation des outils et du consommable.							
	26.3	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une réduction des coûts (exemple : d'énergie, de maintenance et d'exploitation).							
	26.4	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une optimisation de fonctionnement de la machine.							
	26.5	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une diminution du temps de la maintenance préventive.							
	26.6	Nous constatons, après la modernisation de nos équipements, une diminution du taux de la maintenance curative.							
	26.7	Après la modernisation de nos équipements, la qualité du produit est améliorée.							
ACQUISITION DE LA TECHNOLOGIE		27. CAPACITÉS TECHNOLOGIQUES							
	27.1	Les gestionnaires de notre entreprise allouent plus de ressources financières pour l'acquisition de la nouvelle technologie.							
	27.2	Les gestionnaires de notre entreprise estiment que l'utilisation de la nouvelle technologie est un moteur de croissance.							
	27.3	Les employés travaillent vers des objectifs technologiques.							
	27.4	L'évaluation de nouvelles idées est en fonction des objectifs technologiques.							
	27.5	Dans notre industrie, les concurrents ont des technologies similaires à celles de notre entreprise.							
		28. ACQUISITION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES							
	28.1	En proportion du <u>chiffre d'affaires</u> , notre entreprise dépense plus, par rapport aux 5 dernières années, dans la recherche et développement « R&D ».							
	28.2	En proportion du <u>chiffre d'affaires</u> , notre entreprise dépense plus, par rapport aux 5 dernières années, pour l'acquisition de la nouvelle technologie.							
	28.3	En proportion du <u>nombre d'employés</u> , notre entreprise dépense plus, par rapport aux 5 dernières années, dans la recherche et développement « R&D ».							
28.4	En proportion du <u>nombre d'employés</u> , notre entreprise dépense plus, par rapport aux 5 dernières années, pour l'acquisition de la nouvelle technologie.								

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
29. MUNIFICENCE DE L'ENVIRONNEMENT								
29.1	Plusieurs opportunités sont offertes pour notre entreprise sur les marchés existants.							
29.2	Plusieurs opportunités sont offertes pour notre entreprise sur de nouveaux marchés (exemple : marchés d'exportation, etc.).							
29.3	Plusieurs ressources sont disponibles pour notre entreprise sur les différents marchés.							
29.4	La croissance du marché où œuvre notre entreprise est considérable.							
30. DYNAMISME DE L'ENVIRONNEMENT								
30.1	Le niveau d'instabilité de notre environnement technologique est élevé.							
30.2	Le niveau d'instabilité de notre environnement industriel et professionnel (exemple : nouvelles normes de publicité, de formation, de certification, etc.) est élevé.							
30.3	Le niveau d'instabilité dans notre environnement socioculturel (exemple : nouveaux groupes de pression, syndicats patronaux, etc.) est élevé.							
30.4	Le niveau d'instabilité dans l'environnement politique et réglementaire (exemple : nouvelles lois, fréquences de changements de gouvernements, changement au cadre réglementaire et juridique, etc.) est élevé.							
30.5	Les stratégies compétitives des entreprises concurrentes avec notre entreprise sont imprévisibles.							
30.6	Les marchés de notre entreprise sont difficiles à prévoir.							
31. COMPÉTITIVITÉ								
31.1	La concurrence dans notre secteur d'activité est élevée.							
31.2	Le pouvoir de négociation des clients est faible.							
31.3	Le pouvoir de négociation des fournisseurs est élevé.							
31.4	Les produits provenant du marché informel représentent une grande menace pour notre entreprise.							
31.5	Les possibilités d'entrées des autres concurrents sur nos marchés sont élevées.							
31.6	Il existe une forte publicité de solde des produits/services dans notre secteur d'activité.							
31.7	Tout ce qu'on peut offrir sur le marché, d'autres entreprises concurrentes peuvent faire de même.							
31.8	La concurrence des prix est la particularité dans notre secteur d'activité.							
31.9	Souvent, on entend parler de délocalisations de nos concurrents vers de nouveaux marchés.							

32. COMPLEXITÉ DE L'ENVIRONNEMENT								
32.1	La taille de notre réseau de partenaires d'affaires par rapport à celle de nos concurrents est faible.							
32.2	La taille de notre réseau d'associations professionnelles par rapport à celle de nos concurrents est faible.							
32.3	Le degré d'interdépendance entre nos partenaires d'affaires, nos associations professionnelles et nous-mêmes est faible.							
32.4	Les stratégies concurrentielles varient considérablement selon les différents marchés où œuvre notre entreprise.							
32.5	Les clients de notre entreprise varient considérablement en fonction du produit, du service et du prix.							
32.6	Pour améliorer la compétitivité de notre entreprise, plusieurs différentes technologies devraient être maîtrisées.							
32.7	Il est nécessaire de collaborer avec plusieurs intervenants (exemple : grossistes, distributeurs et clients) pour la commercialisation de nos produits.							