

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

LA PERFORMANCE A L'EXPORTATION : CAS DES PME TUNISIENNES

MÉMOIRE PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA
MAÎTRISE EN GESTION DE PROJET

PAR
ABDERRAOUF BOUGUERBA

JUIN 2021

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

Table des matières

Liste des abréviations	4
Chapitre 1 - Introduction	6
1.1. Contexte d'étude	6
1.2. Problématique générale	7
1.3. Problématique spécifique	8
1.4. Localisation	9
1.5. L'objectif de la recherche	12
1.6. Le périmètre de l'étude	13
Chapitre 2 - Revue de la littérature	17
2.1. Performance à l'exportation	17
2.1.1. Les principales théories de base	17
2.2. La théorie incrémentale	21
2.2.1. Le modèle Uppsala (U-model)	21
2.2.2. Le modèle d'innovation	21
2.3. La théorie de la contingence	22
2.3.1. Historique et principe	22
2.4. Théorie institutionnelle	24
2.4.1. Historique et principe	24
2.4.2. L'importance sociologique	25
2.4.3. L'importance économique	26
2.4.4. L'interactivité entre individu et institution	27
2.4.5. Hétérogénéité institutionnelle	27
2.4.6. Limite de la Théorie institutionnelle	28
2.5. Les déterminants de la performance à l'exportation	29
2.5.1. Les déterminants internes de l'exportation	30

2.5.2.	Les facteurs externes de l'exportation.....	39
2.5.3.	Le champ de la performance à l'exportation.....	42
2.5.4.	Les indicateurs de mesure de l'exportation.....	43
2.6.	Mesure de la performance à l'exportation	45
2.7.	Modèles de la performance à l'exportation	48
2.7.1.	Modèles de la décision d'exporter.....	48
2.7.2.	Les Modèles de la performance à l'exportation	49
2.8.	Variables d'études	52
2.8.1.	Variables dépendantes.....	52
2.8.2.	Variables indépendantes.....	52
2.8.3.	Les déterminants de la performance et la décision de l'exportation des PME ..	56
2.8.4.	Autres variables : Opportunités et raisons d'une ouverture aux autres marchés ?	57
Chapitre 3 - Méthodologie de recherche		61
3.1.	Méthodologie.....	61
3.2.	Déroulement du questionnaire.....	63
3.2.1.	Modèle, variables et échantillon.....	64
3.3.	Techniques d'estimation.....	67
Chapitre 4 - Estimation du modèle conceptuel		68
4.1.	Analyse univariée des variables	68
4.1.1.	Traitement des variables dépendantes.....	68
4.2.	Traitement des variables exogènes	70
4.2.1.	Traitement des variables liées à l'entrepreneur.....	70
4.2.2.	Traitement des variables internes de l'entreprise.....	75
4.2.3.	Traitement des variables externes	77
4.3.	Analyse multivariée des modèles d'exportation.....	80

4.3.1.	Analyse du modèle « Variables liées à l'entrepreneur ».....	80
4.4.	Analyse du modèle « Variables internes de l'entreprise »	83
4.4.1.	Matrice de corrélation et validation	83
4.4.2.	La fiabilité	83
4.4.3.	Variance totale.....	84
4.5.	Analyse du modèle « Variables externes ».....	85
4.5.1.	Matrice de corrélation et validation	85
4.5.2.	La fiabilité	85
4.5.3.	Variance totale.....	86
4.5.4.	Matrice des coefficients après rotation.....	87
4.6.	Analyse multivariée des modèles d'exportation.....	87
4.6.1.	Test d'hétéroscédasticité	87
4.6.2.	Résultats d'estimation	88
Chapitre 5 - Discussion et conclusion.....		95
5.1.	Synthèse de résultat	95
5.2.	Conclusion générale	95
5.3.	Apprentissage	99
5.4.	Limites	99
Références		101
Annexe		I
ANNEXE 1 : <i>Questionnaire</i>		I

Liste des abréviations

PME : Petite et moyenne entreprises

INS : Institut Nationale des Statistiques

OMC : Organisation mondiale de commerce

BCT : Banque Centrale en Tunisie

PED : pays en développement

UE : Union Européenne

TIC : technologies de l'information et de la communication

OE : orientation entrepreneuriale

R&D : Recherche et développement

RBV : Théorie des ressources

DE : Décision à l'exportation

PE : Performance à l'exportation

FE : La formation de l'entrepreneur

OIE : L'orientation internationale de l'entrepreneur

TI : La technologie et l'innovation

ACP : analyse des composants principale

UTICA : Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat

KMO : Kaiser-Meyer-Olkin

VIE : Variables internes de l'entreprise

TCH : Taux de change

VEX : Variables externes

VLE : Variables liées à l'entrepreneur

Chapitre 1 - Introduction

1.1. Contexte d'étude

La mondialisation et l'internationalisation sont des phénomènes universels qui déterminent le développement économique et social de tous les pays sur la base d'intérêts communs. Leur principal média est le commerce international de biens, de services et d'informations. En effet, face à la concurrence mondiale, l'internationalisation des PME est devenue illusoire pour assurer leur survie et leur développement. De plus, il existe un modèle international (import et export, partenariats et alliances, implantation de filiales à l'étranger ...) Le plus notable est l'export, car cette stratégie est relativement simple pour les petites et moyennes entreprises. Pénétrer plus rapidement sur les marchés étrangers. Puisqu'ils n'ont pas été confrontés au problème de la constitution d'une telle filiale (Lu et Beamish, 2006).

En effet, les entreprises appartenant aux pays en voies de développement ont renforcé leurs poids dans l'économie mondiale via de multiples stratégies d'internationalisation, spécifiquement par l'exportation qui représente le mode le plus courant pour l'entrée sur les marchés extérieurs (Aulakh, Kotabe et Teegen, 2000). Par ailleurs, pour donner suite à l'intégration des différentes économies dans le marché mondial, l'ouverture des zones de libres échanges et l'intensification des échanges internationaux, il y a eu lieu l'apparition de deux voies. L'une est un environnement propice pour les PME qui ont intérêt d'élargir leurs champs d'activités au-delà des frontières nationales. En revanche, les PME sont confrontées à une concurrence internationale féroce.

À l'ère de la mondialisation, le succès des entreprises locales sur le marché international est une source importante de multiples avantages économiques, tels que les réserves de change, les opportunités d'emploi, etc. ... Ce qui explique dans une grande mesure les taux de croissances élevés réalisées par les pays émergents dans les dernières années (Bruton, Ahlstrom, et Obloj, 2008 ; Wright, Filatotchev, Hoskisson, et Peng, 2005).

Pour cela, de nombreuses recherches sont apparues se focalisant sur les déterminants du succès des PME appartenant à des pays en voies de développement. Ce phénomène attire l'attention des entrepreneurs, les décideurs publics, ainsi que les chercheurs non seulement des pays émergents mais aussi des pays développés, puisqu'actuellement les différentes économies sont prises dans un réseau d'interdépendance financier et de marché.

Les exportations ont toujours été le moteur de la croissance économique dans des pays en voie de développement. Le principal problème est que les PME sont confrontées à de nombreux obstacles qui les empêchent de mener des activités d'exportation (par exemple : La littérature suggère que l'orientation entrepreneuriale est une orientation qui augmente les performances d'innovation en particulier dans les situations d'insuffisance des ressources). Face à ce problème, la principale préoccupation des décideurs politiques et comment surmonter ce défi est non seulement de renforcer les déterminants internes des exportations liés aux entrepreneurs et à l'environnement des affaires, mais aussi de renforcer les déterminants externes de l'environnement économique, des institutions et public et société décideurs politiques.

À cette fin, nous devons d'abord traiter les caractéristiques des petites et moyennes entreprises afin de déterminer l'impact possible de la problématique dans cette recherche. Commençons par le concept de petites et moyennes entreprises. Deux types de critères (quantitatifs et qualitatifs) sont couramment utilisés pour définir les petites et moyennes entreprises (Filion, 1990).

Les normes qualitatives font généralement référence à l'indépendance de la propriété et de la direction. Les normes quantitatives impliquent divers indicateurs liés à la taille de l'entreprise, tels que le nombre d'employés, le chiffre d'affaires, la valeur des actifs, etc. En ce qui concerne le concept de petites et moyennes entreprises exportatrices, différents concepts sont utilisés dans la littérature pour représenter les entreprises qui étendent leurs activités de production et / ou de vente au-delà des frontières nationales.

1.2. Problématique générale

De nombreux chercheurs se sont penchés sur la question des performances à l'exportation (Lages et Lages, 2004 ; Sousa, 2004 ; Dopietro et Anoruo, 2006 ; Minh Huan. L et al., 2011). Les chercheurs ont traité les différents facteurs affectant la performance à l'exportation. De ce fait, différents pays ont adopté de nouvelles politiques économiques pour améliorer les innovations au niveau des entreprises pour garantir une meilleure performance lorsque l'entreprise s'engage à exporter.

De plus, l'exportation n'est pas un processus déterministe et stable, mais un processus dynamique. Par conséquent, de plus en plus d'entreprises espèrent améliorer leurs compétences et leurs ressources pour augmenter leurs profits et atteindre leurs objectifs d'améliorer la performance des entreprises. De plus, comme l'entreprise joue un rôle

stratégique dans l'économie, il est nécessaire d'étudier ses performances sur les marchés étrangers et comment améliorer ses performances à l'exportation.

Par ailleurs, l'entreprise qui préfère opérer internationalement via l'exportation, doit en premier lieu la remise en question de ses capacités internationales, qui consiste essentiellement à contrôler si l'entreprise a une meilleure connaissance du marché cible, en outre, si elle possède les compétences humaines, matérielles, technologiques, et financières... afin d'exporter le produit et surtout si elle peut faire face à une croissance de la production. Ainsi qu'un plan d'affaire internationale qui précise les principaux marchés à privilégier pour commercialiser un bien ou un service. L'entreprise doit donc sélectionner soigneusement son marché et le connaître avant de lancer son projet international.

Dans cette optique, nous faisons le choix sur une littérature abondante sur le thème d'internationalisation et spécifiquement son mode le plus courant celui de l'exportation, on remarque que la catégorie des entreprises ayant une forte incitation à conquérir les marchés internationaux sont les PME (Ling-Yee, L. Ogunmokun, G.O. (2001). De ce fait nous tentons d'étudier théoriquement les différentes facettes de l'entrepreneuriat internationale notamment l'exportation centrée sur les PME.

1.3. Problématique spécifique

Une lecture approfondie de la littérature sur l'entrepreneuriat international, en particulier les exportations, nous permet de déterminer les déterminants des performances à l'exportation. Afin d'atteindre cet objectif, il est intéressant de :

- **Dans cette recherche nous tentons d'éclairer les facteurs qui affectant l'environnement entrepreneurial affecteront-ils la prise de décision et les performances à l'exportation des PME tunisiennes**

L'intérêt suscité par cette recherche est théorique et pratique. En fait, pour faire face à nos problèmes, il est particulièrement nécessaire de mesurer l'impact de certaines variables (comme l'innovation, les ressources d'apprentissage et l'environnement) sur les performances à l'exportation. Pour mettre ce problème en pratique, nous utiliserons un échantillon de 300 entreprises exportatrices tunisiennes faisant partie de l'industrie du textile et de l'habillement, comme l'industrie la plus performante de Tunisie, qui représente 25% du PIB (INS, Tunisie). Ensuite, nous testerons la validité du modèle conceptuel pour vérifier la pertinence et la validité des déterminants des performances à l'exportation.

1.4. Localisation

L'exportation est de plus en plus considérée comme une activité commerciale fondamentale pour les pays vu ses conséquences bénéfiques qui agit positivement non seulement sur le plan économique en effet, c'est un moyen crucial pour acquérir les devises qui représentent pour un pays des leviers financières et économiques sur les marchés nationaux et étrangers. Mais aussi sur le plan social permet d'assurer des revenus permanentes aux entreprises afin d'alléger le taux de chômage et la lutte contre la pauvreté. Cependant, cette activité est encore pleine d'obstacles. Ces obstacles empêchent les entreprises exportatrices de se distinguer sur les marchés étrangers.

Par conséquent, il est nécessaire de surmonter ces obstacles et de chercher à étudier les facteurs de facilitation, c'est-à-dire les facteurs qui déterminent les résultats à l'exportation. Surtout les activités qui peuvent promouvoir la vitesse, le degré et l'étendue de cette activité. Par conséquent, notre objectif est de procéder à une revue sélective de la littérature pour clarifier ce domaine du commerce extérieur.

Deux parties principales ont été développées pour identifier le sujet, à savoir, la première partie présente des caractéristiques qui mettent en valeur le comportement interne de l'entreprise, inspiré de la théorie des ressources. La seconde partie est réservée à la clarification de l'influence de la théorie des contingences et de la théorie des systèmes à l'extérieur de l'entreprise.

Pour la plupart des entreprises industrielles, en particulier dans les pays en développement, la concurrence est plus féroce et implique de nombreux facteurs. Bien que le prix soit toujours important, la qualité et la fiabilité sont primordiales.

L'internalisation ne laisse aux entreprises qu'une seule option (informations) pour faire face aux pressions du marché. La consolidation et l'internationalisation constituent des phénomènes communs et conditionnent le développement économique et social de divers pays sur la base d'intérêts communs. Leur support principal est le commerce international de biens, de services et de renseignements. En effet, devant la concurrence mondiale, l'internationalisation des PME est devenue une solution de secours pour assurer la survie et le développement de celles-ci. De surcroît, il y a plusieurs modèles de développement international, à savoir (l'importation et l'exportation, les partenariats et les alliances, l'établissement de filiales à l'étranger, etc.) ; parmi ceux-ci, le plus cité est l'exportation car cette stratégie est comparativement plus simple et rapide pour les PME à entrer sur les

marchés étrangers car elles ne font pas face au souci d'établir une filiale (Lu et Beamish, 2006).

À une époque de mondialisation, la réussite des entreprises nationales sur les marchés internationaux constitue une source essentielle de multiples bénéfices économiques tels que les provisions en devises, les possibilités d'emploi, etc. ... Cela permet en grande partie de comprendre les taux de développement élevés atteints par les pays en développement ces dernières années (Bruton, Ahlstrom, et Obloj, 2008 ; Wright, Filatotchev, Hoskisson, et Peng, 2005).

Les entreprises du pays en développement ont des avantages très importants comme les coûts faibles de la main d'œuvre, les avantages fiscaux de l'État... De ce fait, ces entreprises cherchent à exporter généralement dans les pays développés, bien que ces exportations ne soient pas à haute technologie à cause du manque des ressources. Les produits exportés dans ce cas-là sont généralement des produits de textiles, agro-alimentaires, mécaniques. En effet, les entreprises appartenant aux pays en voies de développement ont renforcé leurs poids dans l'économie mondiale via de multiples stratégies d'internationalisation, spécifiquement par l'exportation qui représente le mode le plus courant pour l'entrée sur les marchés extérieurs (Aulakh, Kotabe et Teegen, 2000). Par ailleurs, pour donner suite à l'intégration des différentes économies dans le marché mondial, l'ouverture des zones de libres échanges et l'intensification des échanges internationaux, il y a eu lieu l'apparition de deux voies. L'une un environnement propice pour les PME qui ont intérêt d'élargir leurs champs d'activités au-delà des frontières nationales. L'autre, les PME sont confrontées à une concurrence internationale rude.

Pour cela, de nombreuses recherches sont apparues se focalisant sur les déterminants du succès des PME appartenant à des pays en voies de développement. Ce phénomène attire l'attention des entrepreneurs, les décideurs publics, ainsi que les chercheurs non seulement des pays émergents mais aussi des pays développés, puisqu'actuellement les différentes économies sont prises dans un réseau d'interdépendance financier et de marché.

En Tunisie, l'intégration des entreprises à l'économie mondiale se fait à travers deux principaux décrets tels que l'intégration à l'OMC (Organisation mondiale de commerce) en 1990 et l'accord avec l'union Européenne en 1995.

En janvier 2008, la Tunisie a connu une échéance importante. Les produits industriels européens sont entrés librement sur le marché. L'accord de connexion conclu avec l'Union européenne a mis en évidence le choix irréversible des autorités d'intégrer la Tunisie dans le monde économique afin de stimuler la croissance économique et d'améliorer la sienne situation. Par conséquent, l'État a encouragé davantage de PME grâce à son rôle dans l'innovation, la création d'emplois et la réduction de la pauvreté. Dans le domaine de l'exportation, il a tenté d'affirmer que la vente de produits locaux à l'étranger était un choix stratégique qui, en raison de la quantité de devises, garantit la croissance continue de l'économie tunisienne. Par conséquent, afin d'équilibrer la balance commerciale, la Tunisie cherche à mieux encourager les PME à exporter.

Dix ans plus tard, en 2018, selon les statistiques annuelles de l'Institut Nationale des Statistiques (INS), les exportations représentaient en effet 48.9% du PIB du pays. Les sept secteurs suivants ont réalisé 80% des échanges de biens et de services : textile, électronique, construction électrique et mécanique, industrie chimique, agriculture, tourisme et technologies de l'information et de la communication.

A l'heure actuelle, malgré l'augmentation des exportations, la Tunisie se trouve toujours dans une position très difficile, avec un grave déficit de la balance commerciale. Ceci est bien sûr dû à l'augmentation des importations, mais par rapport le niveau faible au potentiel du pays. Selon le rapport BCT 2018, la balance commerciale de la Tunisie s'est détériorée en 2018, avec un déficit de 190,791 milliards de dinars, soit 17.9% du PIB, un niveau record.

La libéralisation des échanges est aujourd'hui une tendance irréversible dans le monde avec l'étroitesse de son marché local (12 millions de consommateurs). La Tunisie n'a pas d'autre choix que d'améliorer ses performances à l'exportation.

Cependant, selon l'INS 2017, 16.3% des entreprises ont réalisé dans les passées des opérations d'export dont 1.3% sont totalement exportatrices, le reste, une bonne partie est liée à des groupes étrangers. C'est que signifie l'absence de la volonté d'exporter. Ainsi, selon la banque mondiale (2016), 61% des entreprises étudiées n'ont jamais fait d'export et n'envisagent même pas de se lancer dans une activité pareille. Ces résultats montrent le chemin qui reste à faire pour améliorer les performances de la Tunisie via le développement de l'export au niveau des entreprises.

La question des performances à l'exportation reste un élément crucial pour le développement socio-économique des pays en développement (PED). Toutefois, plusieurs perspectives cohabitent quant aux facteurs favorisant cette performance.

L'exportation a été une force motrice de la croissance économique en Tunisie. Le problème majeur est que les petites et moyennes entreprises confrontent plusieurs obstacles qui les empêchent de réaliser leurs activités exportatrices. Face à cette problématique, la principale inquiétude des décideurs est de trouver le moyen de surmonter ce défi et de consolider les déterminants internes de l'exportation qui sont liés aux entrepreneurs et à l'environnement des activités. Les déterminants externes sont également liés à la conjoncture économique et aux responsables institutionnels et aux décideurs publics et politiques.

Pour ce faire, nous abordons d'abord les caractéristiques des PME afin d'identifier les implications possibles pour l'étude de la problématique de cette recherche. Commençons par la notion des PME. Deux types de critères, quantitatifs et qualitatifs, sont généralement utilisés pour définir une PME (Filion, 1990). Les critères qualitatifs réfèrent généralement à l'indépendance de la propriété et de la gestion. Les critères quantitatifs ont trait à divers indicateurs se rapportant à la taille de l'entreprise telle que l'effectif du personnel, le montant du chiffre d'affaires, la valeur des actifs, etc.

Pour la notion des PME exportatrices, différentes notions sont utilisées dans la littérature pour désigner les entreprises qui ont étendu leurs activités de production et/ou de vente au-delà des frontières nationales.

1.5. L'objectif de la recherche

Quelques définitions avancées par divers auteurs permettent de clarifier ce que nous entendons par PME exportatrice. À titre d'exemple, Miesernbock (1988) ainsi que Young et al. (1989) précisent que l'exportation fait référence à la vente des produits/services au-delà des frontières nationales et qu'elle peut s'opérer sous deux principales formes : indirecte et directe. La forme indirecte de l'exportation implique le recours à une maison de commerce qui assure l'intégralité de la mise en marché. En revanche, la forme directe requiert une plus grande implication de l'entreprise exportatrice et s'accompagne par conséquent d'un niveau de risque plus élevé. Elle est caractérisée par le recours ou non à des intermédiaires tels des agents, des représentants, des distributeurs comme moyen pour desservir la clientèle ciblée.

Le but de cette étude est d'identifier les déterminants internes et externes de la performance à l'exportation des PME tunisiennes, et d'analyser la manière dont elles interviennent et agissent sur la décision et sur la performance à l'exportation.

De plus, l'objectif de ce mémoire de recherche s'articule autour de trois axes principaux : le premier est la présentation de la méthodologie de recherche, le second la description de l'échantillon et du mode de collecte des données, et le troisième, la validation empirique et l'interprétation des résultats.

1.6. Le périmètre de l'étude

D'après Verstraete (2001), la recherche en entrepreneuriat semble être animée par deux types d'approches complémentaires. La première, concerne les travaux empiriques fines de certaines dimensions du phénomène. La seconde vise à présenter une compréhension à l'intégralité du sujet via des niveaux d'analyses multiples.

A cet égard, dans le deuxième chapitre nous avons essayé de construire un cadre théorique à notre thème de recherche l'entrepreneuriat international via l'exportation. De plus, sur la base de la littérature sélective, nous avons développé un modèle conceptuel pour les déterminants de la performance à l'exportation des PME. De plus, afin de valider notre modèle dans l'environnement tunisien, nous utiliserons un échantillon de PME exportatrices tunisiennes aux normes uniformes (échelle, secteur d'activité, situation géographique, etc.) pour les tests.

Pour des fins méthodologiques, ce travail s'articule sur cinq chapitres devancés par la présente introduction :

Dans le deuxième chapitre, nous présentons les fondements théoriques des recherches liées à l'entrepreneuriat international spécifiquement à l'exportation, ainsi que les modèles théoriques développés dans ce domaine. De plus, nous nous concentrons sur l'apport et les limites de ce travail, qui sont les principaux enjeux de ce thème de recherche. Dans le troisième chapitre de cette recherche, nous avons analysé les déterminants de la performance à l'exportation des PME, partie qui sera subdivisée en l'étude des déterminants internes et externes. Cela permet de déterminer des hypothèses de recherche et des modèles conceptuels adaptés au sujet. Quant au quatrième chapitre, nous abordons empiriquement la recherche pour valider les questionnements de ce sujet accompagné par une analyse des différents résultats obtenus. Enfin nous clôturons ce travail par l'indication des limites de cette étude dans le cinquième chapitre, les futures voies de recherche ainsi qu'une conclusion générale.

L'industrie textile est la deuxième industrie la plus polluante au monde. Les systèmes actuels de production, de distribution et d'utilisation sont presque linéaires, avec des externalités environnementales et sociales négatives à toutes les étapes de la chaîne de valeur. Sous l'influence de la mode rapide et de la montée de la classe moyenne, la production de vêtements a doublé au cours des 15 dernières années (INS, Tunisie). Dans un contexte de baisse des prix des vêtements, les distributeurs comptent sur l'augmentation des ventes pour maintenir leur chiffre d'affaires, tout en augmentant également les stocks restants.

La production et le transport de textiles génèrent 1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre chaque année, plus que l'ensemble des vols internationaux et du transport maritime réunis. La chaîne de valeur est très longue, le prêt-à-porter peut être produit, et chaque étape peut être réalisée dans différents pays / régions : des champs de coton aux magasins, les jeans peuvent voyager jusqu'à 1,5 fois dans le monde. Il semble que la phase d'utilisation ait le plus grand impact sur le carbone (lavage et séchage en machine), tandis que la production est responsable d'environ un quart des émissions de dioxyde de carbone.

L'économie circulaire vise à dissocier la création de valeur de notre impact sur l'environnement. Elle passe par la mise en place de nouveaux designs, modèles de production (éco-conception, écologie industrielle et territoriale, économie fonctionnelle, etc.), ainsi que d'une consommation plus sobre et efficace. Il nous invite également à traiter les déchets comme une ressource. La production et le transport des textiles est l'étape ayant le plus grand impact sur l'environnement. L'une des principales mesures pour réduire l'empreinte de l'industrie est de réduire l'achat de nouveaux vêtements, afin de prolonger au maximum la durée de vie de chaque vêtement. Cependant, la durée de vie moyenne des vêtements portés par l'UE en 2015 était de 3,3 ans. La qualité du tissu sélectionné est le déterminant de la longévité du vêtement.

Les marques doivent tester la durabilité de leurs produits selon des normes objectives et comparables. Par exemple, pour les tissus solides, des fibres longues doivent être sélectionnées. Certaines marques fournissent des produits pendant la période de garantie et sont donc responsables de la qualité des textiles mis sur le marché. Certains offrent même des garanties pour les vêtements remis à neuf. Les vêtements peuvent également être conçus pour être multifonctionnels et peuvent être portés à de multiples occasions et dans des conditions différentes, réduisant ainsi le besoin d'acheter plusieurs vêtements. Une autre façon de prolonger la durée de vie est que, grâce à la technologie numérique, le marché des vêtements d'occasion se développe.

En France, 58% des TLC collectés sont toujours réédités sur le marché en l'état, et six Français sur dix ont déjà acheté des biens d'occasion. Pour l'industrie textile, les enjeux environnementaux sont en effet de nombreuses opportunités de se refondre.

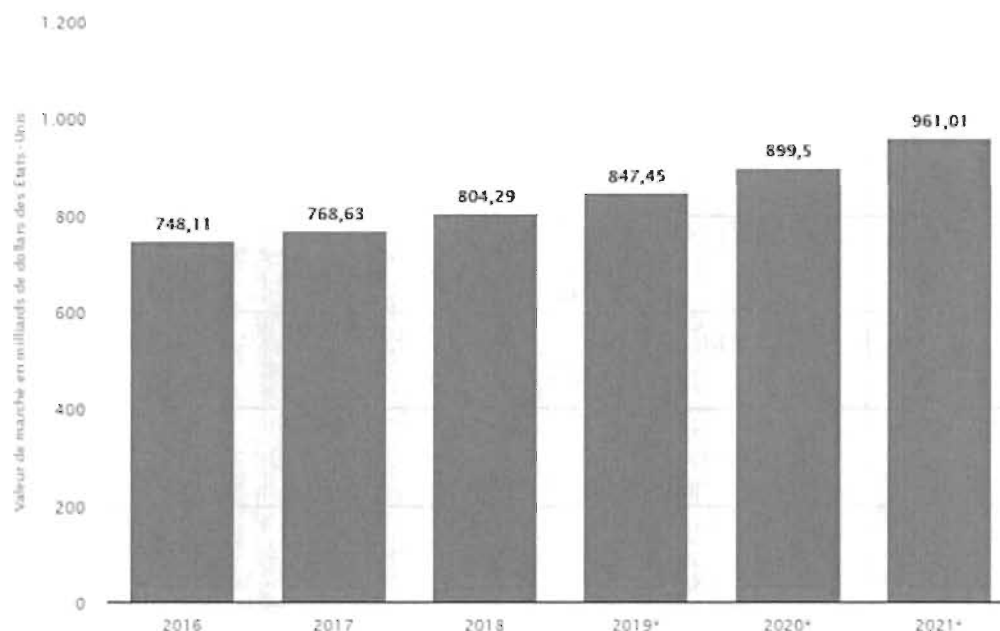


Figure 1.1 : Valeur du marché textile-habillement au niveau mondial entre 2016 et 2021(en milliards de dollars des États-Unis)

Cette statistique indique la valeur du marché textile-habillement au niveau mondial entre 2016 et 2018 et propose une prévision de l'évolution de ce secteur jusqu'en 2021. Selon la source, la valeur du marché textile-habillement devrait continuer à augmenter et atteindre un montant de plus de 960 milliards de dollars en 2021.

Les industries de l'habillement, du textile et du cuir représentent près d'un quart des exportations totales de la Tunisie et 9% des emplois. Environ 8% des travailleurs non qualifiés (environ 280 000) sont employés dans ce secteur, qui est un secteur très important pour l'embauche de femmes tunisiennes peu qualifiées. Avec l'abolition de l'Accord multifibres, la part des exportations de textiles dans les exportations totales de la Tunisie a commencé à baisser. Dans l'ensemble, en raison de la croissance rapide des exportations de la Chine et de l'Inde et des performances exceptionnelles de la Bulgarie et de la Turquie, la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord perd des parts de marché dans l'industrie textile. Dans le même temps, la demande mondiale de l'industrie pour plusieurs produits diminue.

L'avenir de l'industrie textile tunisienne peut dépendre de la capacité du pays à utiliser l'UE voisine. En Europe, la demande de produits vestimentaires (pour offrir des opportunités de plus grande valeur ajoutée) est diversifiée. Par rapport aux États-Unis, plusieurs petits fabricants ont commandé de petits lots de vêtements personnalisés. Répondre rapidement aux changements des besoins des clients, raccourcir le temps de production et améliorer la fiabilité des exportations seront des éléments très clés pour répondre aux attentes des clients de l'UE. En revanche, les vêtements standards devront faire face à une concurrence féroce de la part des pays asiatiques (Banque mondiale, 2016).

Contrairement aux textiles et aux vêtements, la demande mondiale de produits en cuir augmente régulièrement. Bien que la Tunisie produise très peu de produits en cuir, l'industrie du cuir ne représente qu'un pour cent de l'emploi (environ 31 000 salariés dans 280 entreprises, dont 212 entreprises entièrement exportatrices, employant près de 29 000 salariés). L'industrie d'aujourd'hui est dominée par la découpe et l'assemblage. La Tunisie ne produit pas de matières premières principalement importées du Maroc. L'avantage de la Tunisie en matière de coût de production des produits en cuir exportés provient principalement des bas salaires. Dans la plupart des pays de référence (Turquie, Portugal et Slovaquie) à l'exception des États-Unis, des produits en cuir continuent de baisser. L'industrie a un grand potentiel.

Chapitre 2 - Revue de la littérature

2.1. Performance à l'exportation

Dans notre introduction à la recherche, nous avons passé en revue certaines études qui intègrent plusieurs modèles et dimensions très importants dans notre recherche. Notre objectif est double, à savoir le modèle de prise de décision à l'exportation et le modèle de performance à l'exportation.

2.1.1. Les principales théories de base

2.1.1.1. La théorie des ressources

La théorie de la vision basée sur les ressources est une école de pensée, apparue dans la gestion stratégique de l'entreprise au milieu des années 80. Son essence est attribuée à des théoriciens tels que Birger Wernerfelt, Richard Rumelt et Jay B. Barney.

En effet, depuis les travaux de Wernerfelt (1984), la théorie des ressources a eu un engouement indéniable dans le domaine de la gestion stratégique, qui semble digne d'attention. Les principes originaux proposés par Barney (1991) et l'analyse de Conner (1991) méritent également d'être étudiés, afin de faire de cette méthode un ordre théorique. À la fin du XIXe siècle, la recherche française sur la théorie des ressources était prolifique et diversifiée. Elle était divisée en deux parties, principalement des travaux intégrés (Arrègle, 1996 ; Koenig, 1999) et en partie des travaux empiriques (Arrègle, 1996 ; Koenig, 1999 ; Durand, 2000).

Selon la théorie de la gestion des ressources, les piliers de base du succès et du développement d'une entreprise sont, avant tout, ses propres ressources et l'utilisation efficace des ressources pour leurs propres intérêts.

Par ailleurs, les entreprises qui possèdent l'atout d'un système d'information sophistiqué, permettant de fournir les informations concernant les marchés étrangers, ainsi que des ressources entrepreneuriales, financières et technologiques suffisantes et d'une forte capacité dynamique ont plus de chance pour tirer profit des marchés internationaux. Donc en définitif, selon cette théorie dès que l'entreprise possède les ressources et les capacités elle peut s'internationaliser et donc elle adopte l'approche précoce.

De même, une entreprise avec des ressources est plus privilégiée que les autres entreprises pour devenir une entreprise multinationale, et peut même contourner l'étape intermédiaire du

processus d'internationalisation suggéré par la méthode processus. (Dhanaraj et Beamish, 2003).

Anne-Sophie Fernandez et Frédéric Le Roy (2010) a souligné l'importance de la théorie des ressources afin de mieux démontrer le phénomène de collaboration entre concurrents. En effet, en ce sens, les entreprises manquent des ressources nécessaires pour atteindre leurs objectifs et surmonter les obstacles à la compétitivité de l'innovation grâce à la collaboration entre concurrents.

Élodie Gardet et Caroline Mothe (2010) étudient le rôle clé des ressources et des compétences pour renforcer l'indépendance de l'entreprise dans un environnement très innovant. En outre, les PME installent des réseaux inter organisationnels afin de mettre en évidence leur invention. En effet, D'après l'analyse d'une panoplie de cas de réseaux d'innovation gouvernée par des PME on tire la conclusion suivante : le degré de dépendance de la PME dépendant du niveau des ressources et de capacité.

2.1.1.2. Les limites de la théorie des ressources

La théorie des ressources a toujours fait l'objet de vives critiques. En fait, la littérature sur les ressources se concentre sur les facteurs internes de la performance de l'entreprise. Cette méthode fait l'objet de vives critiques selon lesquelles il est impossible d'établir un support de gestion applicable. Ce type de travail à l'universalité. S'il existe un lien entre les ressources et la performance, malgré de nombreuses analyses liées à ce champ de connaissances, la théorie des ressources a été fortement critiquée (Priem et al., 2001). Les théoriciens de ce courant sont conscients d'une lourde fragmentation au sein de cette approche, et qualifie ces travaux comme paradoxales et ont un caractère autologisme (Lado, Boyd, Wright, et Kroll, 2006).

Généralement, les critiques de la théorie des ressources qui sont communément cités sont au nombre de trois à savoir :

De prime abord, la première catégorie de critique sont les deux principaux facteurs qui appauvrissent la puissance de la théorie par les ressources et les empêche d'analyser et de réaliser des travaux empiriques notamment : la notion d'ambiguïté causale et la notion d'avantage concurrentiel.

Dans ce volet, d'après la théorie des ressources, l'avantage stratégique est tellement vigoureux qu'il est implicite et fortement lié à son terrain d'origine. Puisque, les données qui ont le caractère tacite sont difficilement transférables. (Nonaka et al., 1997)

Par ailleurs, le phénomène d'ambiguïté causale semble paradoxal, de telle façon qu'un avantage stratégique ne soit valorisé et apprécié que le moment où son origine reste camouflée. En outre, analytiquement l'apport de ces propositions est réputé limité voire absurde pour l'approche par les ressources notamment lorsqu'elle stipule que les sources les plus robustes de l'avantage compétitif sont imperceptibles. Donc la question qui se pose Comment peut-on analyser les différentes ressources d'une entreprise étant donné que leurs spécificités sont intégralement imperceptibles ?

En ce sens, même si l'origine de l'explication repose sur l'hypothèse d'une stratification de la performance des entreprises, cette explication conduira certainement à l'analyse de ces différents niveaux de performance, tout en soulignant l'existence d'aspects non observables et non observables. Le principe de la somme. (Hatchuel, 2000) De même, l'universalité du phénomène d'ambiguïté causale est considérée comme partiellement acceptable sur la base des méthodes basées sur les ressources sur sa base théorique.

Cependant, dans la pratique du management et des projets stratégiques, on ne peut ignorer l'existence de la même idée. Ainsi, si la théorie des ressources estime que la source de l'avantage concurrentiel d'une entreprise ou d'une telle entité est toujours inaccessible à chaque participant, quel but la théorie du comportement tente-t-elle d'atteindre ?

Ensuite, une deuxième catégorie de critiques semble vaste et globalisante, en effet, la définition accordée au terme ressource est complexe de manière que son application soit ardue. Prenons les définitions les plus familiers, A l'instar de, Priem et Butler soulignent que toute commodité ou grandeur managériale peut être qualifiée de ressource stratégique.

De plus, l'énumération des ressources analysées par les théoriciens semble digne d'attention pour souligner leurs différences. Voici un échantillon : intégration des technologies de communication et de l'information, pratiques de planification stratégique, la culture entrepreneuriale, l'expérience, les capacités du top management, les réseaux sociaux, etc. (Newbert, 2007)

Enfin, dans le sillage de Priem et Butler (2001), qui soutiennent l'incapacité des approches par les ressources à établir des pistes de recherche robustes au sein desquelles il existe des éléments de réponses à plusieurs interrogations de types :

- ☐ Dans quelles mesures les ressources peuvent être appréciées dans une entreprise ?
- ☐ Comment les ressources peuvent être valorisées dans une entreprise ?

2.1.1.3. La théorie OLI : (Ownership, Location, Internalisation)

Cette démarche permet de soutenir théoriquement les choix stratégiques des sociétés qui veulent vivre l'expérience de l'internationalisation tout en reclassant et en priorisant les divers facteurs de stimulation de l'internationalisation, en exposant les modalités réalisables d'internationalisation qui conviennent à chaque association de facteurs de stimulation.

Cette théorie suggère différents stimulus se résumaient essentiellement en trois catégories :

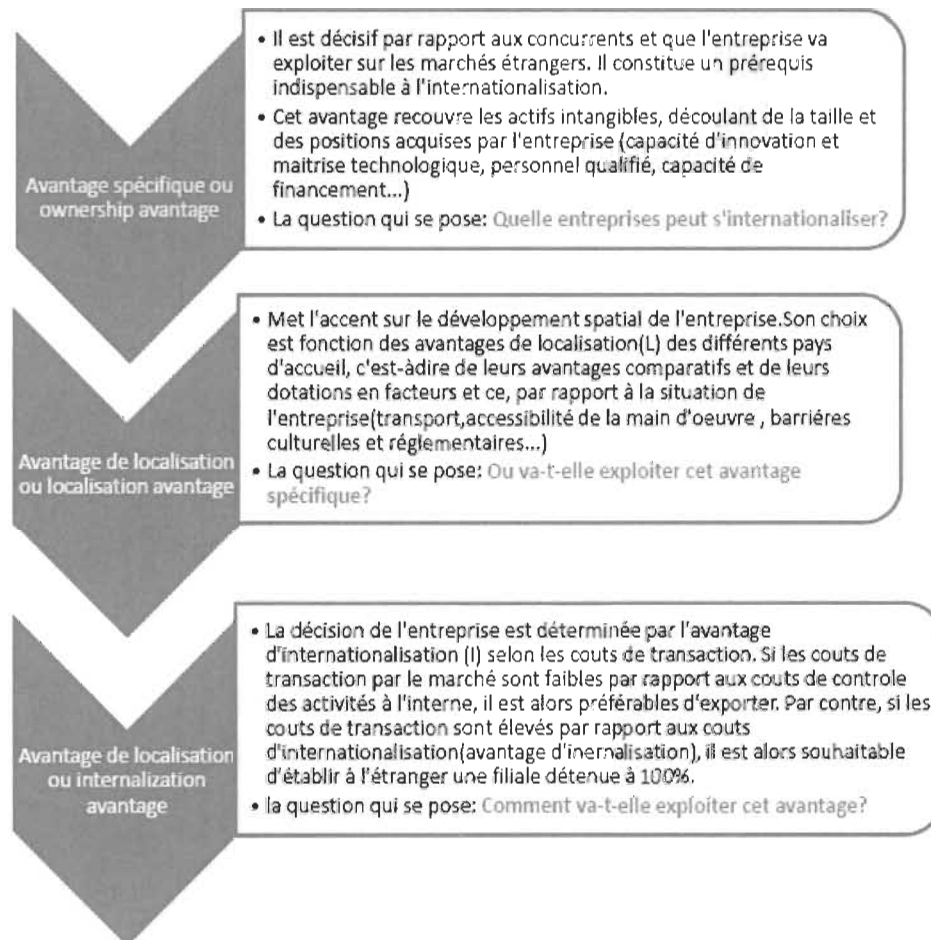


Figure 2.1. Les catégories d'internationalisation

Des critiques ont été formulées envers le paradigme éclectique. Dunning (2001) revient notamment sur celles fréquemment formulées : l'intégration d'un trop grand nombre de variables au détriment du pouvoir prédictif du modèle, une interdépendance trop importante des trois dimensions qui rend difficile leur identification ou encore le caractère statique du modèle qui semble accorder peu d'importance au rôle que peut jouer la stratégie de l'entreprise. Toutefois, le paradigme éclectique demeure un modèle incontournable en 12 management international (Rugman et Verbeke, 2009), car « il offre un cadre conceptuel pour

les théories les plus récentes qui tentent d'adopter une vision plus dynamique du choix de localisation, en prenant en considération les coûts pour l'entreprise et les changements dans la structure du marché au fil du temps », (Colovic et Mayrhofer, 2011, p. 1483). La réalisation d'une fusion-acquisition résulte, selon Dunning, de l'ensemble des trois dimensions présentées dans le paradigme éclectique. Aussi, il souligne l'importance de prendre en considération ces trois dimensions pour l'étude des fusions-acquisitions et, tout particulièrement, de l'aspect localisation « L », qui est encore peu étudié dans les recherches s'intéressant aux fusions-acquisitions.

2.2. La théorie incrémentale

Il traite l'internationalisation comme une série d'étapes linéaires et continues. En fait, il a découvert deux formes d'analyse internationale de cette manière, à savoir le modèle d'Uppsala et le modèle d'innovation.

2.2.1. Le modèle Uppsala (U-model)

Le postulat fondamental qui décrit le motif traditionnel à l'internationalisation des firmes est le modèle Uppsala, qui décrit le processus d'internationalisation pendant lequel l'entreprise augmente et diversifie ses marchés cibles. (Kuivalainen et al., 2012)

Ce modèle doit son essence au Johanson et Vahlne depuis 1977, il est développé au sein de l'école suédoise Uppsala, propose deux principaux concepts : le premier, concernant le processus d'apprentissage signifie tous ce qui est en relation avec l'expérience de l'entreprise. Alors que le second, s'intéresse de la distance psychologique dans ce sens généralement les entreprises commencent à exporter aux pays voisins.

2.2.2. Le modèle d'innovation

Ce modèle est fondé sur les deux principes du modèle d'Uppsala :

- L'implication processuelle et évolutive des firmes dans l'exportation.
- L'importance de la notion distance psychologique.

Par ailleurs, le processus d'internationalisation est expliqué par les trois étapes d'exportations :

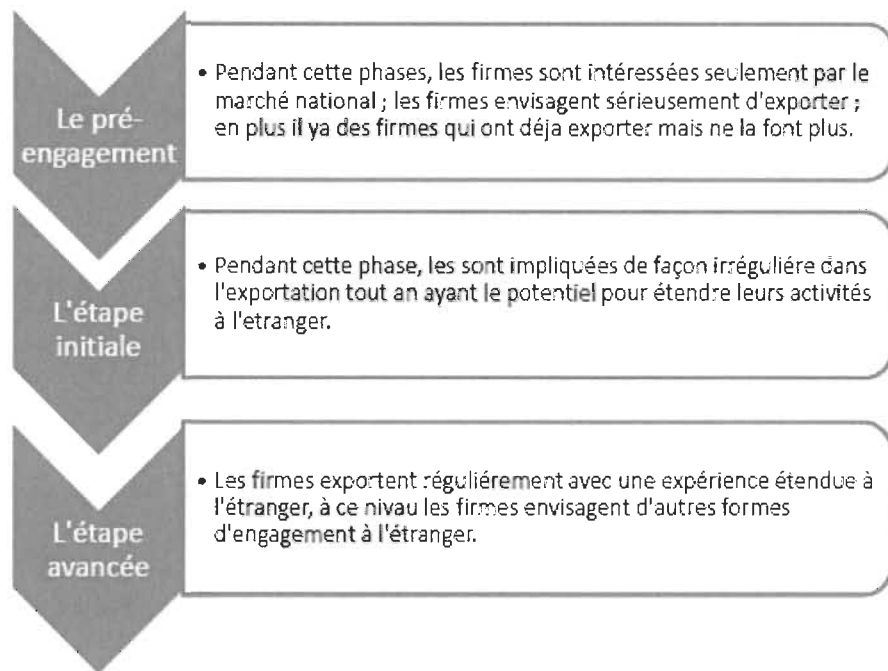


Figure 2.2. Les étapes de l'internationalisation

2.2.3. Les critiques de la théorie incrémentale

- Elle néglige la dimension entrepreneuriale dans le processus d'internationalisation.
- Sa causalité : elle respecte les étapes d'internationalisation
- Cette théorie semble incapable à traiter le cas des entreprises « nées globales » qui s'internationalisent dès leur naissance.
- Son attention quasiment centrée sur l'exportation comme une activité pratiquement autonome de l'activité de l'entreprise.

2.3. La théorie de la contingence

Théorie de la contingence est une théorie de que l'on doit à Paul Lawrence et Jay Lorsch. En effet, cette approche appartient à la classe des théories behavioristes qui soutiennent l'idée de l'inexistence d'une façon unique pour d'organiser une firme, d'atteindre le leadership, ou être autonome au niveau des décisions.

2.3.1. Historique et principe

Ce modèle d'organisation, de leadership et de prise de décision efficace et applicable fonctionne différemment par d'autres moyens. De même, le modèle idéal d'organisation, de leadership ou de prise de décision est influencé par des facteurs internes et externes. Lawrence

et Lorsch ont suivi et enrichi cette théorie en identifiant l'un des obstacles à une meilleure structure et performance de l'environnement (ie l'environnement) de l'entreprise. Enfin, la théorie de la contingence stratégique est une critique de la théorie de la contingence structurelle parce qu'elle est d'une grande importance pour l'environnement. Ces chercheurs estiment que l'organisation peut s'adapter à son environnement grâce à une prise de décision prudente par les gestionnaires. Parmi les suggestions cruciales proposées par l'école de la contingence, est que l'environnement avec ses deux facteurs internes et externes peut rendre contingentes les formes organisationnelles. Ainsi, par opposition avec la pensée taylorienne qui s'intéresse à la recherche normative de la meilleure organisation en soi. À l'instar d'Henri Mintzberg (Henri Mintzberg), qui dirige l'École de gestion des urgences, il met l'accent sur le lien direct entre la structure organisationnelle et l'environnement, tant qu'il n'est pas mécanique ou déterministe.

La structure est soumise pareillement aux décisions des gestionnaires, donc d'après cette analyse, les instruments modérateurs internes d'une firme sont obligés à être aussi différencier par rapport à l'environnement qu'il compose. De ce fait il est trop compliqué la recherche d'une forme globalisante qui se coïncide avec n'importe quelles conditions.

D'où l'émergence d'un double principe à savoir :

Premièrement : le réglage relationnel afin d'interpréter les liaisons entre firme et environnement.

Deuxièmes : celui de la cohésion afin de donner une image claire à propos du déroulement du travail au sein de la firme. En effet, d'après ce qui précède on trouve des modèles basés sur deux types de variables :

- L'environnement extérieur : englobe de larges dimensions de l'environnement social et politique à titre d'exemple les clients, les administrations...

- L'homogénéité intérieure du système : de son côté Mintzberg observe que l'homogénéité est indispensable au niveau des sous-systèmes qui s'arrangent dans le but de préserver l'essentiel des traits de caractère d'une firme permettant son bon fonctionnement.

Dans le sillage de Lawrence et Lorsch (1967), et aussi Mintzberg (1980), considèrent l'environnement a un impact majeur sur est un facteur d'influence important sur la structuration et l'essor potentielle pour les entreprises.

La notion d'environnement englobe différents aspects :

- La clientèle au sens large par catégorie et attentes.
- Les concurrents et leurs positions.
- Le statut de l'industrie en général...

A ce niveau d'analyse, on peut considérer la formulation d'une forme organisationnelle est fortement liée à l'environnement dans lequel la firme progresse.

En définitif, de nombreux facteurs de contingence modifient la forme d'une entreprise notamment : la nature d'activité, les buts, la taille, le secteur, l'environnement avec ses différentes dimensions.

2.3.2. Limites de la théorie de la contingence

La principale critique de la théorie de la contingence se concentre sur le concept de groupe, de sorte que les membres de l'organisation seront privés d'autonomie au niveau individuel et deviendront un manque d'indépendance.

De plus, elle ne peut supporter l'idée qu'elle joue un rôle clé en tant que partie prenante dans la formulation, la survie et le développement du système. Par ailleurs, la notion d'adaptation du système, faire fi de la construction de nouvelles de formes organisationnelles bien établit, ainsi que sa survie.

2.4. Théorie institutionnelle

Cette théorie est apparue aux Etats-Unis pendant le siècle dernier, c'est une approche purement économique et doit son essence à des chercheurs comme Veblen (1857-1929) et Commons (1862-1945) et John K. Galbraith (1908-2006). Elle se focalise sur l'analyse de la responsabilité des institutions dans la structuration du l'attitude des agents économique. L'essor optimal de cette approche était pendant les années 1920 et 1930.

2.4.1. Historique et principe

Le courant institutionnel hérite certaines hypothèses et fondement théorique de l'école historique allemande. En plus, les opinions institutionnalistes se sentent inspirées de l'école d'anthropologie économique.

Néanmoins, pendant la phase transitoire entre XIXème et XXème siècle les chercheurs en sociologique ont fait les premières études pour normaliser les données institutionnelles. De son côté, l'économiste et sociologue Max Weber se concentre à la piste d'étude dans laquelle

se réunit la bureaucratie et les institutions et les investit pour l'intérêt général. De même, cette démarche développée par le courant institutionnaliste a été intitulée « clapier en fer ».

En Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, les études concernant les institutions politiques persistent à s'imposer même la période post guerre mondiale. Cet ancien courant institutionnaliste, s'intéresse notamment aux institutions formelles Etatique et gouvernementale au côté d'une vision supplémentaire présentée par Karl Polanyi.

A l'instar de, Douglass North, établit deux groupes de contraintes :

De prime abord, les formelles à titre d'exemple les lois et règles. Ensuite, les informelles citant les codes, les conduites, normes de comportement, conventions. En effet, Les contraintes formelles sont facilement et rapidement changeables, tandis que les informelles nécessitent du temps pour se modifier et se remettre en vigueur.

Durant les périodes 1970 et 1980, cette théorie a évolué en profondeur elle était renommée le néo-institutionnalisme, même ses pratiques sont devenues en opposition avec l'ancienne pensée institutionnelle qui est réputée limitée et même désuète à cette époque. En effet, la première version de ce courant se focalise sur la spécificité institutionnelle des firmes, tandis que la seconde, accorde l'attention la plus souvent, au trait itératif des institutions au sein des entreprises. En effet, le courant néo-institutionnel, a connu un engouement indéniable pendant les deux dernières décennies, puisqu'il propose un champ d'exploration évolutif. Par ailleurs, les piliers fondamentaux de ce courant, sont notamment les différentes stratégies de gouvernance, l'environnement institutionnel d'origine, ainsi que ses mouvements actifs, sans oublier le concept central de ce courant celui du coût des échanges.

2.4.2. L'importance sociologique

La dimension sociologique du système a eu lieu en 1970. Auparavant, il ne fait aucun doute que de nombreuses études ont été menées avec Meyer et Rowan (1977) et Scott et Meyer en 1983, ainsi qu'un travail conjoint de DiMaggio et Powell « *The New Institutional in Organisationnel Analysis* » qui implique ce courant dans la sphère des théories fondatrices en management des organisations ».

Par ailleurs, le néo-institutionnalisme postule que les institutions, sont en interaction dynamique et coopérative entre eux ce qui résulte la notion l'environnement institutionnel. Cependant, chaque une des institutions est dépendante de son environnement au sens large, afin d'assurer son bon fonctionnement et sa continuité.

De même, l'approche sociologique met l'accent sur la double influence des institutions sur les décisions individuelles :

Dans un premier temps, ces derniers peuvent inciter les acteurs économiques institutionnels à atteindre le niveau de rendement maximal, similaire à la logique de la théorie du choix rationnel.

Dans un deuxième temps, le second mode d'impact des institutions sur les individus c'est le fait de rendre les acteurs conscients de la nécessité d'intégration d'une catégorie d'influence cognitive. En conséquence, cette vision, accord l'autonomie aux individus soit ils se comportent selon les règles et les lois déjà établies, ou bien selon leurs croyances. Pour conclure, la perspective cognitive de l'approche néo-institutionnelle offre une marge de liberté en matière de choix individuel.

2.4.3. L'importance économique

Les méthodes économiques montrent que les institutions jouent un rôle important dans le développement économique. De son côté North (1990), souligne dans son ouvrage que la société et l'économie en générale ont besoin des institutions afin de minimiser le niveau d'incertitude. En plus, assurer les transactions avec le moindre coût pour la chaîne de production et de distribution, de ce fait on peut remarquer l'influence majeure des institutions sur la vie économique.

L'école institutionnelle a publié une panoplie de document et d'écriture la plus citée d'entre eux est incontestablement « Pourquoi est-économie non une science évolutive ? », publié par Thorstein Veblen en 1899. Toutefois, il exprime son désaccord vis-à-vis plusieurs principes de l'école néoclassique à savoir la notion d'équilibre économique, le taux marginal de satisfaction etc. ...

D'ailleurs, le bon fonctionnement d'une économie dépend en grande partie des institutions, en particulier de son décret, lois, règles. Ces derniers fournissent pour les individus un climat économique favorable avec la moindre ambiguïté. En général, l'objectif ultime de tout ajustement institutionnel, non seulement la réduction des coûts des différentes opérations mais aussi la réduction de l'incertitude.

Par ailleurs, en économie les institutionnalistes postulent que le comportement des agents est largement influencé par les conduites de groupe et ceci est contradictoire avec les principes néoclassiques qui prennent en considération essentiellement la notion de satisfaction et des gains.

2.4.4. L'interactivité entre individu et institution

Le comportement des acteurs se ressemble fréquemment, vu que l'imitation quotidienne entre eux qui constituent des outils fondateurs pour les institutions. Ces agents ayant des habitudes et comportements communs partagés constituent une collectivité. En outre, Les institutions sont qualifiées d'entités sociales ayant comme origine les collaborations collectives. Et comme mission l'organisation d'un contexte légal pour les relations interindividuelles afin de résoudre les conflits qui peuvent surgir et assurer la paix.

En revanche, il existe une relation mutuelle entre individu et institution, de manière que les individus prennent leurs décisions en se basant sur les orientations institutionnelles et en retour, les décisions des individus représentent une source d'apprentissage et de développement pour les institutions.

Dans l'optique de, Daniel Cohen, en se basant sur une analyse de l'OCDE, soulignent le rôle crucial des spécificités institutionnelles dans l'évolution économique. De même, la qualité d'une organisation est généralement le résultat de l'histoire. En fait, ils sont adaptés aux différentes conditions d'un pays, il n'y a donc pas de bonnes pratiques applicables à tous les pays. Ce n'est pas un modèle universel.

2.4.5. Hétérogénéité institutionnelle

Il n'est ni évident ni facile d'analyser l'isomorphisme des systèmes, c'est pourquoi nous proposons trois types de pressions systémiques pour la diffusion des systèmes. Par conséquent, ce phénomène d'homogénéité est isomorphe. Ils sont de nature obligatoire, normative et imitative (Scott, 1995). À première vue, la pression coercitive est de nature juridique ou politique et correspond aux lois et règlements du pays / de la région où se trouve l'organisme de réglementation. Ce type de système réglementaire formel est nécessaire lorsqu'il y a de plus en plus d'interactions entre les personnes et les participants qui ne partagent plus la même valeur et le même cadre cognitif. (Bensedrine et Demil, 1998)

Deuxièmement, les normes professionnelles (conventions collectives, etc.) qui façonnent la philosophie professionnelle constituent un cadre cognitif restrictif. En effet, cette pression normative met l'accent sur les normes, qui ne devraient pas restreindre le comportement des acteurs, mais devraient guider leur prise de décision (Bensedrine et Demil, 1998).

Enfin, en ce qui concerne les contraintes d'imitation, les entreprises subissent une pression concurrentielle, ce qui les oblige à vouloir répliquer les modes de fonctionnement de leurs adversaires les plus rentables et les plus efficaces.

2.4.6. Limite de la Théorie institutionnelle

Nelson (1994b) souligne la difficulté à proposer une théorie évolutionniste de la firme. Il précise que « contrairement au cas de l'économie néoclassique, où une catégorie d'analyse appelée « la théorie de la firme » a une place clairement établie, et peut-être en raison de sa diversité théorique, il n'existe pas d'équivalent tangible dans l'économie institutionnelle et évolutionniste. Veblen et Commons ont écrit sur les firmes. Schumpeter l'a fait aussi. Mais il est difficile de déceler une théorie à part entière dans leurs écrits ». En 1991, Winter distingue quatre limites dans la théorie de la firme énoncée par l'« orthodoxie des ouvrages », sur lesquelles les analyses alternatives, dont l'approche évolutionniste, ont des réponses à apporter. Elles correspondent respectivement à :

- une contradiction interne entre l'accent traditionnellement mis sur les individus et l'intérêt ponctuellement porté au comportement de groupes sociaux, d'organisations ou d'institutions ;
- une incapacité à expliquer l'organisation économique et la coordination des activités au sein des firmes et entre les firmes. Sur ce point, la supériorité des intuitions de Coase est évidente ;
- un manque de réalisme des hypothèses. Cet aspect est résumé par Winter de la manière suivante : « de la confusion des résultats impliqués dans cette controverse, je retire l'ensemble de questions suivantes : l'observation du fonctionnement interne des firmes des entreprises commerciales est-elle 1) un domaine de recherche légitime ? 2) une source potentielle d'hypothèses fructueuses sur le comportement de la firme ? 3) une source potentielle de données avec lesquelles les hypothèses concurrentes sur le comportement de la firme peuvent être testées ? ». Winter note que de son point de vue, une triple réponse positive s'impose. Il s'oppose ainsi à la triple réponse négative proposée par la théorie orthodoxe ;
- une vision simpliste de la firme comme le dépositaire de la « connaissance productive ». Cette notion fait référence au fait que Winter voit « la technologie et l'organisation comme deux constituants inséparables de la capacité à faire les choses ».
- De ces critiques, Winter (1991) note qu'émerge finalement une taxonomie pour « la recherche contemporaine sur la théorie de la firme » et quatre « paradigmes de recherche ». Les deux premiers correspondent à l'« orthodoxie des ouvrages » et à l'« orthodoxie des documents de travail », que nous avons déjà présentée. Les deux autres paradigmes sont respectivement initiés par les travaux de Coase et d'Alchian et définissent l'« économie des coûts de transaction » et l'« économie évolutionniste ». La taxonomie de Winter n'a d'intérêt

pour nous, que dans la mesure où elle fournit des remarques comparatives sur deux aspects de la théorie évolutionniste de la firme par rapport aux autres théories. Plus précisément, ceux-ci concernent :

- l'accent mis sur la production, comme l'orthodoxie des ouvrages, par opposition à l'orthodoxie des documents de travail et à l'économie des coûts de transaction, focalisées sur l'échange. Chandler (1992) précise sur ce point que la théorie principal-agent, correspondant à l'orthodoxie des documents de travail de Winter, s'intéresse aux problèmes des actionnaires et des managers concernant une information asymétrique, la mesure des performances et les incitations ;

- la prise en compte d'une rationalité limitée, partagée avec l'analyse des coûts de transaction et par opposition à la rationalité illimitée retenue par les deux « orthodoxies ». Winter rappelle que si Williamson, dans *Markets and Hierarchies*, se réfère explicitement à la rationalité limitée, Coase reste sensible à l'idée que les firmes maximisent les profits.

2.5. Les déterminants de la performance à l'exportation

L'exportation a été considérée comme une activité commerciale de base qui profite à tous les pays, car ses conséquences bénéfiques jouent non seulement un rôle positif au niveau économique, mais aussi un moyen important d'obtenir une monnaie qui représente un pays à effet de levier. Sur les marchés nationaux et étrangers. Mais aussi sur le plan social permet d'assurer des revenus permanentes aux entreprises afin d'alléger le taux de chômage et la lutte contre la pauvreté. Cependant, cette activité reste fortement marquée par des obstacles qui empêchent les entreprises exportatrices de tirer leurs épingles du jeu sur les marchés extérieurs, pour cette raison il est nécessaire d'outrepasser ces entraves et chercher à étudier les éléments facilitateurs en d'autres termes les déterminants de la performance à l'exportation singulièrement ceux qui facilitent la vitesse, le degré, et l'étendue de cette activité.

De ce fait, notre propos vise à partir d'une revue sélective de la littérature à clarifier ce terrain de commerce extérieure.

Deux grandes parties ont été élaborées pour cerner ce sujet à savoir, la première a pour caractéristique de mettre l'accent sur les conduites internes à l'entreprise inspirées de la théorie par les ressources. Alors que la deuxième partie est réservée pour élucider les conduites externes à l'entreprise inspirées de la théorie de la contingence et la théorie institutionnelle.

2.5.1. Les déterminants internes de l'exportation

2.5.1.1. Les facteurs de l'intelligence économique

Pénétrer sur de nouveaux marchés nécessite la disponibilité d'actifs spécifiques pour minimiser le coût du processus d'internationalisation et garantir les avantages requis. Selon la littérature, ces atouts sont la qualification des managers (Bijmolt et Zwart, 1994), et la disponibilité des technologies de l'information et de la communication (TIC), qui permettent d'utiliser de nouveaux canaux d'information, et les activités promotionnelles sur Internet sont complémentaires au produit. Ventes traditionnelles sur les marchés étrangers, qui ont toutes amélioré les performances à l'exportation. (Pena-Vinces, Cedeña-Carrion and Chin, 2012).

La qualification des tops managers

Comme Leonidou et al. (1998) Des qualifications de haute qualité sont essentielles pour les cadres qui souhaitent réussir dans l'exportation et le développement de l'entreprise. De plus, ces auteurs estiment que plus les entrepreneurs sont qualifiés, plus ils sont capables de découvrir des opportunités internationales.

De plus, dans le comportement personnel, nous incluons le facteur de cognition d'attitude qui favorise l'exportation. (Ibeh, 2003). Dichl, Leibold, Koglmayer et Muller (2004) ont souligné l'importance de ressources humaines qualifiées, non seulement pour le succès des activités d'exportation, mais aussi pour promouvoir l'utilisation des TIC pour aider les activités de l'entreprise. De même, l'une des variables les plus importantes expliquant l'internationalisation des activités commerciales est le niveau de formation de ses dirigeants (Aaby et Slater, 1989 ; Bijmolt et Zwart, 1994).

En outre, plusieurs études soulignent une relation étroite entre la qualification du capital humain et les conditions d'exportation pour l'entreprise (Axinn, 1988 ; RIED, 1983). A l'instar d'Alcala et Hernandez (2010), le fait de développer une position commerciale dans les marchés internationaux exige la formation du capital humain, et cette formation dépend directement du niveau des études et de l'expérience internationale.

L'intégration des TIC

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont très différentes. Les TIC par béton sont pris en compte de deux manières différentes des entreprises : d'une part, des technologies qui sont sur Internet et facilitent la collecte et la communication des informations. D'autre part, des applications assistées par ordinateur développées par les

informations de numérisation. Ces technologies permettent leurs compartiments, une communication plus simple de données à différents interlocuteurs, à partir de l'échange d'informations simple (définir la comptabilité analytique et la transmission à l'atelier ou au gestionnaire de projet) à une mise en réseau de la société (un ERP doit tous connecter l'ordre de fonctionnement de la société, afin de déclencher autrement le système d'approvisionnement et l'organisation de production entre autres).

L'utilisation de ces TIC, y compris Internet et le Web, fournit des avantages stratégiques, opérationnels et de gestion aux PME, telles que la plus grande intégration des processus internes et externes de relations les plus étroites avec les clients et autres partenaires commerciaux. En fait, l'accès aux informations les plus riches qui améliore le processus de prise de décision et un meilleur accès aux ressources externes.

Les TIC par courrier électronique apparaissent également comme un outil permettant de renforcer les relations commerciales, un moyen du site Web pour mettre l'accent sur la visibilité internationale. Tous ces avantages pourraient promouvoir l'exportation vers les PME, car ils pourraient réduire les inconvénients dus aux ressources limitées. Dans ce sens, Julien et Marchesnay (1996), indiquent que la veille technologique au sein des PME est une démarche le plus souvent itérative mais aussi évolutive.

Dans le processus de revenu sur les marchés internationaux, y compris Internet, les entreprises permettent aux entreprises d'obtenir des informations abondantes et précieuses sur les clients étrangers potentiels (Evans et Wurster, 1999). Cela facilite la promotion de l'air libre et renforce l'échange de devenir international (neveu et Fernández, 2006, García-Borbolla, Laran et López, 2005).

En règle générale, les entreprises exportatrices qui répondent aux marchés mondiaux, utilisent les TIC les plus intenses que d'autres, pour attirer les clients internationaux et bénéficier du potentiel de TIC, qui fournit une communication et un contact avec des partenaires commerciaux distants (Grandson et Fernández, 2006 ; Oviat et McDougall, 2005).

Comme Boutray et al. (2006), Technologies de l'information et de la communication (TIC) peut jouer un rôle crucial dans la collecte d'informations pertinentes et mises à jour, afin de faciliter leur circulation au sein de la société. Pour, Meons, Arks and Soto (2007), soulignez que les entreprises ayant une présence Internet active sont celles qui ont leurs propres sites Web et pages Web.

Le même ordre d'idées est l'utilisation de technologies de l'information permettant la communication internationale, bonne pour les entreprises. (Anderson et Johansson, 2008). Fillipescu et Rialp (2009), considérons que l'utilisation d'Internet dans les transactions commerciales est le facteur d'exportation crucial.

Toutefois, les chercheurs soulignent que l'adoption des TIC n'est pas sûre (Chobakhloo, Saburi, Heng et ZulkiLi, 2011, Pezderka et Spinovics, 2011). En d'autres termes, les entrepreneurs perçoivent les risques liés à la décision d'exportation et de l'innovation, ces risques affectent leurs décisions à l'exportation (Kraus, Eggers et Cesinger, 2015).

En particulier, TIC aide les PME à faire partie des marchés étrangers tout en réduisant les coûts élevés ou non recouvrables, doivent s'engager lorsque les affaires à l'étranger commencent. De même, l'utilisation d'un système de communication TIC, y compris des e-mails, des réseaux sociaux. Générer des réductions des commissions de transactions électroniques (Dunning, 2001). Cette réduction des coûts peut améliorer l'efficacité des entreprises exportatrices (moral-Pajares, Mozas-Moral, Bernal-Jurado et Medina-Virel, 2015). Dans ce contexte de recherches récentes, la mise en évidence des réseaux sociaux a été utilisée dans la création de la valeur et de l'influence du comportement des consommateurs (Kane, Chiru et Ciuchete, 2012, Magicien et Trivedi, 2014, Stephen et Toubia, 2013).

2.5.1.2. Les facteurs entrepreneuriaux et de l'orientation entrepreneuriale

MILES (1983), définir l'orientation entrepreneuriale (OE) comme une attitude stratégique permet d'abord entrer dans une nouvelle entreprise.

Ibeh et Young (2001) définissent l'orientation entrepreneuriale comme processus par lequel les gens sont eux-mêmes dans l'organisation, tirent parti des opportunités sur les marchés étrangers, en tenant compte des ressources disponibles et des facteurs environnementaux qui les concernent.

L'OE stimule la présence de 3 dimensions à savoir :

- La proactivité ;
- L'innovation ;
- La prise de risque.

La proactivité

Il y a un consensus pour la proactivité comme composante clé de l'orientation entrepreneuriale. De ce fait, Porter (1980), voit que dans certaines situations le business doit être de manière proactive pour renforcer la chance du position concurrentielle relative avec d'autres entreprises. De même Venkataraman (1989), souligne que la proactivité est un composant important de l'entrepreneuriat. En effet, il définit l'orientation proactive comme la recherche de nouvelles opportunités, il suggère aussi que la firme peut être proactive par l'information de l'environnement, introduire des produits nouveaux et les marques de compétitivité, la participation sur les marchés développés et l'anticipation et la poursuite de nouvelles opportunités. (Venkataraman, 1989)

D'après Yeoh and Jeong (1995), les entrepreneurs qui visent l'approche proactive, sont ceux qui ont la moindre aversion au risque et ils cherchent des opportunités de business sur les marchés étrangers.

Selon la définition d'Ibeh and Young (2001), les entrepreneurs exportateurs sont ceux qui sont capables de réaliser l'expérience proactive et ils cherchent les opportunités d'export liées aux produits et marchés innovateurs.

Pour Ibeh (2004), les entrepreneurs qui ont un degré élevé d'orientation des affaires sont ceux qui continuent à exporter de manière proactive et agressive avec des marchés et des opportunités d'innovation.

Winklund and Shepherd (2005), la proactivité est caractérisée par une forte chance des possibilités de recherche, idéalement avant les concurrents, tous combinent avec une future anticipation de la demande du client.

L'innovation

Au cours des dernières décennies, la recherche sur la relation entre l'innovation et l'exportation dans la littérature économique et la gestion est plus attrayante. Depuis lors, la relation entre eux est considérée comme un facteur de renforcement des avantages concurrentiels pour les entreprises.

Par ailleurs, la vision Schumpetérienne de l'innovation est complémentaire entre différents types d'innovations qui sont largement acceptés est répandues dans le champ académique ainsi que pratique. Une littérature sélective révèle que la recherche sur les connexions entre l'innovation et l'exportation souligne l'innovation technologique du produit et le processus laissant une innovation non technologique.

En outre, la vision dominante c'est que les nouveaux produits et technologies contribuent à la constitution des avantages compétitifs pour l'entreprise sur les marchés internationaux. (Basile, 2001 ; Dhanaraj et Beamish, 2003 ; Roper et Love, 2002).

Des études empiriques indiquent que la causalité varie de la R&D et de l'innovation d'exportation et postule que l'exportation et le degré d'exportation sont influencés positivement par R&D et des innovations fructueuses (Ganotakis et Love, 2011).

Similairement, Cassiman et al. (2010) concluent que l'engagement dans l'innovation produit conduit le degré d'exportation pour l'entreprise. Alors que, Lim, Sharkey et Heinrichs (2006), affirmant que la capacité d'une entreprise à développer de nouveaux produits est une condition nécessaire pour la participation au domaine d'exportation et lui permettre d'atteindre une position concurrentielle forte. Bien que le processus innovation soit plus orienté vers une productivité accrue et une réduction des prix. Par conséquent, l'innovation de processus peut supporter les décisions d'engagement dans l'export en exploitant les avantages basés sur les coûts.

Cependant, la majorité des études focalisées sur les entreprises concluent que l'innovation produit joue un rôle plus important que l'innovation processus dans la promotion de l'export des entreprises (Becker et Egger, 2013 ; Cassiman et al., 2010).

Par ailleurs, on peut entamer le résultat suivant à long terme l'innovation produit est plus bénéfique que l'innovation processus pour la constitution d'un avantage compétitif sur les marchés internationaux (Verspagen et Wakelin, 1997).

Toutefois, les transactions économiques caractérisées par l'innovation et l'internationalisation l'innovativité en processus semble être plus propice à l'exportation, car elle conduits à des améliorations de la productivité. (Damijan et al., 2010).

En fait, dans la stratégie de recherche d'un avantage concurrentiel international, la société peut combiner entre le produit et l'innovation des processus. En fait, Percival et Cozzarin (2008) ; et Martinez-Ros et Labaga, (2009) conviennent de l'idée que, dans la plupart des cas, la production de nouveaux produits n'est possible que dans la mise en place d'un nouveau processus technologique. En conséquence, il est plus avantageux que les entreprises s'engagent dans une innovation de processus que l'innovation produite. Malgré la preuve de la complémentarité de ces deux types d'innovation démontrée dans des études empiriques.

La prise de risque

Le concept pris de risque est une qualité associée avec l'entrepreneuriat (Lumpkin et Dess, 1996). En outre, la prise de risque fait référence à une entrée courageuse et audacieuse dans la région du business inconnue et même les ressources pour les activités d'affaires sont dans des conditions d'incertitude. (Lumpkin et Dess, 2001).

En effet, les firmes entrepreneuriales tendent à prendre plus de risque que d'autres type de business en plus elles sont plus proactives dans la recherche de nouvelles opportunités. (Kreiser et al., 2002).

Dans cet ordre d'idée, la prise de risque fait référence à une tendance de PME qui prennent des mesures audacieuses afin d'entrée a des nouveaux marchés.

Acedo et Jones (2007), soulignent que le niveau d'aversion au risque et de proactivité chez un entrepreneur est conditionné par le niveau de tolérance à l'ambiguïté.

2.5.1.3. Les facteurs organisationnels

Les ressources de l'entreprise

On se référant à la théorie des ressources (RBV), une ressource doit avoir quatre caractéristiques pour générer un avantage concurrentiel (1) elle doit être valorisable ; (2) elle doit être rare pour les concurrents actuelles et potentiels ; (3) elle doit être non immettable ; et (4) et n'a pas de substitut (Barney, 1991).

Selon la théorie des ressources (RBV), et ses auteurs de Dhanaraj et de Beamish (2003), le facteur clé de l'exportation PME Success sont leurs ressources et leurs compétences en entreprise. Pour cette raison, vous devez énumérer les différentes ressources essentielles pour une exportation PME.

Les ressources financières

Selon Gomez Mejia (1988), les ressources financières concernent la capacité d'accéder aux capitaux. De même, les ressources à l'exportation représentent le niveau de financement qu'on le peut obtenir et le délai dans lequel il peut être déployé. En outre, l'accès aux ressources financières est indispensable pour permettre aux entreprises exportatrices de participer efficacement sur les marchés cibles. (Lieondou et Kaleka, 1988 ; Yaprak, 1985)

Néanmoins, généralement les PME souffre d'une insuffisance de ressource financière, afin d'installer des laboratoires indispensables à la R&D et qui sont habituellement accessibles aux

grandes et multinationales entreprises (Cavusgil, Calantone, et Zhao, 2003 ; Teece et al., 1997).

Les ressources humaines

En ce qui concerne le nombre et l'appel du personnel, la disponibilité visant à formuler et à mettre en œuvre une stratégie (Barney, 1991).

De même, des aspects importants autour des ressources humaines identifiées dans la littérature incluent le niveau de l'expérience personnelle, la connaissance, et la disponibilité des personnels (Cavusgil et Zou, 1994 ; Daily, et Certof Dalton, 2000).

Dans le contexte de l'exportation, le travail sur le terrain appuie la littérature, en fait, le commerce international indique que les gestionnaires d'exportation pensent à l'ampleur des ressources humaines dans la mise en œuvre de la stratégie marketing de la société d'exportation (Diamanto Poulos et Schelgel Miclch, 1994).

Les ressources relationnelles concernent le nombre, le pouvoir et la qualité de la relation entre la gestion et divers services. (Morgan et Hunt, 1994, Peng et Chan, 2001).

Les ressources informationnelles

Pour Hult et Ketchen (2001), les ressources informationnelles ont été identifiées comme un actif important dans une dynamique accélérée des marchés. Dans cette perspective, Ramangalahy (2001) souligne que les ordinateurs exportateurs les plus puissants et les plus puissants sont ceux qui régissent le plus d'informations. Particulièrement, les données qui ont été interprété pour donner sens concernant les stratégies concurrentielles. (Morgan et al. 2003).

Selon Chekki (2004), les ressources informationnelles chez une entreprise constituent un réseau d'information lié aux différents aspects de l'entreprise à savoir les quantités à exporter, les chiffres d'affaires export, l'endettement ou les créances découlant de l'export, les taux de croissances des exportations, le taux de dépendance ou d'indépendance aux marchés extérieurs.

Porter (2008), de son côté éclaire les ressources informationnelles constituent une source stratégique d'avantage concurrentielle pour les PME.

Les ressources réputationnelles

Les ressources réputationnelles se sont intangibles concerne l'image de l'entreprise. (Frombrun et Shanley, 1990 ; Hall, 1993).

L'actif réputationnel majeur et significatif à la performance de l'exportation identifié dans la littérature, c'est la valeur de la marque. En effet, la valeur de la marque est définie en termes de différents effets sur l'activité marketing uniquement attribuable à la conscience et à l'image de marque sur le marché. (Keller, 1993)

D'ailleurs, la marque peut être évaluée comme une ressource intangible qui facilite l'exportation et permet de gagner des parts de marchés. En outre, il influence les dépenses de marketing, et la chose la plus facile est de lancer de nouveaux produits sur le marché étranger. (Aaker, 1996).

2.5.1.4. Les expériences acquises

Récemment les travaux de Morales et al. (2014), montrent que l'expérience d'exportation facilite l'entrée aux marchés toute en réduisant les coûts d'entrée. En effet, on peut distinguer entre deux types d'expériences à savoir :

L'expérience générale

En premier lieu, l'expérience générale ou professionnelle a une relation avec l'activité commerciale de façon qu'elle donne une base pour le processus d'internationalisation. (Majocchi, Bachiocchi et Mayhofer, 2005)

Selon Léonidou et al. (1998), l'expérience professionnelle du gestionnaire est étroitement liée au niveau d'exportation, cette expérience consiste en son travail précédent pour contrôler sa capacité à contrôler les techniques et les produits.

Par ailleurs, l'expérience générale renforce les étapes de la planification et diminue le niveau de l'improvisation, ainsi elle baisse la probabilité de prendre les décisions erronées sur les marchés étrangers, en outre elle guide le degré de l'export entrepreneuriale (Nemkova, Souchon, et Hughes, 2012).

L'expérience internationale

Deuxièmement, depuis longtemps, l'expérience internationale a été considérée comme la variable explicative de l'internationalisation (Johanson et Vahlne, 1977 ; Eriksson et al., 1997).

En effet, le développement international est une séquence d'étapes au cours desquelles la société bénéficie de l'apprentissage international et acquiert donc de l'expérience afin que l'exportation réussie soit plus compétitive (Denis, 1984).

En outre, l'expérience internationale influence non seulement les exportations mais aussi le succès des affaires étrangères et par la suite le succès global de la firme (Lionidou et al., 1998).

Ainsi, l'expérience internationale signifie la connaissance des marchés étrangers. Ce type d'expérience génère une formation spécifique à propos de l'exportation. Il fournit des informations disponibles pour faciliter l'adaptation de la société à la demande des marchés extérieurs. En outre, cette expérience renforce une position internationale (Morgan, Kaleka et Catskeas, 2004). Similaire Ovitt et McDougall (1996) montrent que les entreprises guidées par les gestionnaires avancées de l'expérience étrangère peuvent internationaliser leurs entreprises plus rapidement et plus réussie. D'ailleurs, l'expérience internationale acquise réduit les risques de l'exportation et les barrières à l'entrée au marché étrangers ce qui améliore l'orientation de la firme vers les marchés opportuns. (Knight et Cavusgil, 2004).

En conséquence, il n'y a aucun consensus sur l'activité de l'expérience internationale, en fait de Yoon et de Lee (2013) que nous pensons que l'expérience internationale garantit trois fonctions, à savoir la collecte de connaissances, la réduction de l'incertitude et la possibilité d'internationaliser et de la possibilité de la société d'une époque fortement mondialisée. Cependant, Fisher et Reuber (2006) indiquent que le facteur explicatif de l'intensité des exportations entre les PME est l'expérience internationale de l'entrepreneur et non de la société.

Si nous nous concentrons sur l'expérience internationale du côté de l'entrepreneur, il est nécessaire de résoudre le projecteur à certains critères de mesures notamment :

- Le nombre d'année passée à l'étranger soit pour les études soit pour le boulot.
- La variété des expériences internationales.
- Nombre d'années de travail chez une entreprise exportatrice.

Cependant, si s'intéresse à l'expérience internationale du côté de l'entreprise on trouve d'autres critères de mesures à savoir :

- Le nombre de marchés cible en exportation.
- Le nombre d'année d'exportation.

2.5.2. Les facteurs externes de l'exportation

L'environnement externe est considéré un élément décisif du niveau d'exportation chez les entreprises (Yeoh et Jeong, 1995). C'est une question des facteurs de contingence ayant une influence majeure sur la proactivité des PME exportatrices en matière de recherche et d'exploitation des opportunités sur les marchés étrangers (Ibeh, 2003).

Dans l'optique de Keupp et Gassman (2009), l'environnement externe est celui qui détermine le niveau du commerce international sachant que ce dernier est étroitement lié à l'industrie est plus précisément à la compétitivité interindustrielle.

2.5.2.1. Facteur lié à la compétitivité de l'industrie

Ceci est défini par le niveau de rivalité qui existe entre les différents concurrents d'une industrie donnée. En outre c'est une image qui reflète l'hostilité environnementale dominante (Auh et Menguc, 2005). De même, cette compétitivité augmente la dynamique des marchés et influence les stratégies organisationnelles et entraîne l'agilité des changements (Zahra, 1993).

En outre, certaines études dans le domaine des exportations montrent que la condition dominante dans le secteur est l'imitation, tendent à contrôler le comportement des sociétés d'exportation ainsi que leurs résultats. (Gallego et al., 2009). En particulier, l'intensité concurrentielle est influencée par l'adaptation d'un programme mixte sur le marché, de sorte que l'objectif soit de répondre aux besoins et aux attentes des clients étrangers (Navarro, Zones et Tour 2014, Pouvoirs et Loyka, 2010). De même, cela conduit à un réel développement dans le comportement des entreprises relatives à l'orientation des marchés étrangers (Cadogan, CUI et LI, 2003, Kwon et HU, 2000) et la nécessité de rechercher de nouvelles opportunités en dehors du territoire de la nation et des influences positives. Le degré et l'amplitude des transactions commerciales internationales (Mittelstedt et al., 2006). En fait, l'industrie des exportations commerciales semble être portée au degré de compétitivité et de degré de mondialisation, car ils accélèrent la recherche de formules sur les marchés étrangers et indiquent la possibilité de la croissance (Mihelstedt, Ward et Nowlin, 2006). Selon Zhao et Zou (2002), la performance des exportations et de la concentration négative dans un secteur d'activités a été corrélée, de sorte que la société agit dans une industrie concentrée dans une industrie concentrée, c'est-à-dire que l'exportation est probablement efficace. Cependant, l'intensité concurrentielle influence positivement le degré d'orientation internationale des organisations. (Mihelstedt, Ward et Nowlin, 2006)

2.5.2.2. Facteur lié à la législation

L'environnement institutionnel

Les institutions sont d'abord des habitudes de pensée et d'action dominantes, incorporées dans le droit elles acquièrent une durée et une inertie certaines. Etant des produits hérités des conditions passées elles peuvent ne plus être adaptées aux exigences du présent. Pour comprendre leurs effets il faut appréhender les processus sociaux et historiques par lesquels elles se sont constituées. (North, 1991)

A l'instar de Holzmüller et Stottinger (1996), montrent que le succès des exportations de l'entreprise ne s'appuie pas uniquement sur des facteurs d'ordre entrepreneuriaux et managériaux, mais il y a les facteurs environnementaux institutionnalistes.

D'après la Banque mondiale, améliorer l'environnement politique et économique est primordiale, notamment pour créer des conditions favorables à la commerce essentiellement l'import-export.

L'OCDE (2003), ajoute les gouvernements sont intéressés pour faciliter le développement des entreprises implantées localement et qui vont exporter. Dans cette veine, le succès des exportations dépend non seulement de leurs propres ressources et capacités (Amit et Schoemaker, 1993 ; Barney, 1991) mais aussi comment l'environnement institutionnel encourage leurs comportements via des mécanismes cognitives, normative, et régulatrices. (Hoskisson, Eden, Chung, et Wright, 2000 ; Oliver, 1997 ; Peng, 2003 ; Welter, 2011 ; Welter et Smallbone, 2011).

Rôle des institutions

Hall et Soskice (2001), définirent les institutions comme ensemble de règles formelles et informelles, dont les acteurs généralement les suivent quel que soit pour des raisons normatives, cognitives, ou matérielles, aussi bien pour les organisations et les entités durables avec des membres officiellement connues dont les règles contribuent également à la constitution de l'environnement institutionnel.

D'après la théorie institutionnelle :

- Les institutions nationales permettent de rendre active l'échange d'information.
- Elles assurent la surveillance des comportements et sanctionnent les agents non coopératifs.

- Elles fournissent des aides sous forme de ressources, de capacités stratégiques dont les acteurs ou les entrepreneurs ne peuvent pas l'atteindre à l'extérieure.
- Les institutions essayent de se renforcer mutuellement, sachant qu'il existe des ensembles de complémentarité institutionnelle.
- Les institutions nationales jouent un rôle important pour encourager les nouvelles entreprises à augmenter la probabilité de leurs exportations, car généralement ces dernières sont fragiles et ont des risques liés à la petitesse, à la nouveauté, et à l'extranéité (relatif à l'extérieur).
- Le rôle des institutions identifié par Hall et Soskice (2001), c'est la relation entre le niveau institutionnel national et l'orientation d'exportation pour l'activité entrepreneuriale. Par ailleurs, l'application de l'approche institutionnelle aide à comprendre comment le manque des institutions bien développées dans une économie provoque un haut niveau d'incertitude, des barrières informelles à l'entrée aux marchés étrangers, en plus des coûts de transaction très élevées pour les entreprises. (Gelbuda et al., 2008 ; Meyer et Peng, 2005 ; North, 1990).

L'influence des institutions sur l'orientation d'export

Dans les dernières années, les institutions sont devenues une préoccupation majeure pour les recherches en commerce internationale et en management stratégique. (Mudambi et Navarra, 2002 ; Dunning, 2004 ; Peng, Sun, Pinkham et Chen, 2009 ; Wood et Demirbag, 2012). En effet, il existe plusieurs façons par laquelle les institutions influencent les exportations. Vu que Les nouvelles entreprises sont plus sensibles à l'environnement institutionnel. (Carney et Gedajlovic, 2003).

Selon North (1990), le bon fonctionnement des institutions réduit les coûts des transactions pour les entreprises alors que les institutions faibles augmentent ces coûts. En effet, si les coûts de transactions restent faibles ça facilite le commerce et donc permet aux entreprises et aux pays de se développer et tirer plus de profit. (Peng et Health, 1996)

Nord (1990), le cadre institutionnel était encore moins préoccupé par les coûts de transaction, mais dans certains cas, les études montrent comment différents aspects de l'environnement institutionnel formel ou informel, tels que des taux élevés, des niveaux élevés de bureaucratie et de la corruption, en plus des lacunes dans la mise en œuvre de la législation commerciale, qui sont toutes difficiles à développer des PME et une structure commerciale. De même, l'environnement institutionnel des différents pays peut encourager ou empêcher le comportement et l'initiative économique des entreprises. (Meyer, 2001)

Ingram et Silverman (2002), ajoutent l'environnement institutionnel détermine la stratégie de l'entreprise. Par ailleurs, l'application de l'approche institutionnelle aide à comprendre comme le manque d'institutions appliquées de manière appropriée dans une économie peut conduire à l'augmentation de l'incertitude, à des obstacles informels et donc avoir des coûts de transaction élevées pour les entreprises (Meyer et Peng, 2005 ; Gelbuda et al, 2008).

En outre, certaines études démontrent que l'environnement institutionnel national, y compris le règlement fiscal, l'impôt administratif, la qualité du système, l'influence de la corruption, des actes sur le comportement des exportations et le degré d'internationalisation de l'internationalisation des entreprises. (Lu et al., 2009 ; Gao et al., 2010 ; Lipumaet al., 2011 ; Shirokova et Tsukanova, 2013 ; Volchek, Henttonen, et Edelman, 2013).

Dans le même sens avec les recherches de la théorie institutionnelle Rosenbusch et al., (2013), montre que l'entreprise doit adopter un comportement stratégique qui se coïncide avec les exigences de son environnement. Dans cet ordre d'idée, les recherches ont fait preuve que les entreprises dépendent du contexte institutionnel (Ang et al., 2014).

2.5.3. Le champ de la performance à l'exportation

Tout d'abord, le terme « performance » vient de l'anglais « performance » du XVe siècle, et à l'origine du français « performer ». Il représente non seulement l'achèvement du processus, la tâche avec des résultats, mais aussi le succès qui lui est attribuable. La performance a toujours été un sujet controversé. Sans doute, cela explique le grand nombre de modèles conceptuels proposés dans la littérature et les nombreuses implications développées autour du concept (notamment C. Barnard, 1938 ; PA Julien, A. Joyal, L. Deshaies et C. Ramangalahy, 1997 Years, P. Lorino., 1996 et 2003). Parmi les premières œuvres sur les performances commerciales, les œuvres de Chester Barnard (1938) ont été les plus citées. Selon l'auteur, les performances à l'exportation peuvent être définies par deux critères économiques, tels que *l'efficacité et l'efficience*. Traditionnellement, l'efficacité se définit comme l'atteinte d'un niveau de performance préalablement déterminé (volume des ventes, taux de rendement, etc.). L'efficacité d'une organisation se définit comme la capacité de l'organisation à répondre aux attentes de ses membres. Selon l'auteur, une organisation capable d'atteindre de bonnes performances dans ces deux domaines d'action maintiendra durablement le fonctionnement normal du système de coopération, déclenchant ainsi sa vie.

2.5.4. Les indicateurs de mesure de l'exportation

A ce niveau la question qui se pose pourquoi et comment certaines entreprises réussissent dans certains marchés étrangers, alors que d'autres échouent, ce phénomène est bien traité par les chercheurs du management stratégique. (Beleska-Spasova, Glaiser, et Stride, 2012).

Bien l'étendu, le degré, la rapidité et l'ampleur sont les trois indicateurs stratégiques de l'entrepreneuriat international définis par Zahra et George (2002), et jouent donc un rôle essentiel dans le succès ou l'échec d'une entreprise. (Khavul, Perez-Nordtvedt, etc., Wood, 2010).



Figure 2.3 : Les indices de mesures de la performance à l'exportation

2.5.4.1. L'accord de la rapidité des exportations

La notion de rapidité ou « speed » signifie le temps, la période autrement dit les années nécessaires pour l'entreprise afin de lancer ses premières activités d'exportation. (Acedo et Jones, 2007). Cependant, la notion de rapidité en matière d'internationalisation n'est pas encore claire. Hurmerinta- Peltoma'ki (2003), souligne qu'il y pas de consensus sur la rapidité et peu de mesures exactes pour ce déterminant, d'ailleurs, souvent il est accompagné par d'autres déterminants inspirés de la littérature d'internationalisation rapide et précoce.

La rapidité d'entrée sur les marchés étrangers est considérée comme l'un des facteurs clés du positionnement des entreprises exportatrices. (Gallego et Casllas, 2014). De même, les exportations issues de la création et des premières entreprises internationales sont considérées comme des leviers pour rechercher un avantage concurrentiel, tout en utilisant au mieux les ressources et en faisant circuler les produits sur divers marchés internationaux. (Oviatt et McDougall, 1994, page 49)

Cependant, il n'y a pas de consensus parmi les chercheurs sur le temps nécessaire à l'entreprise pour internationaliser Coviello et Jones (2004). Après six ans d'activités, l'entreprise peut commencer à exporter, ce qui peut être considéré comme un bon départ pour l'internationalisation.

2.5.4.2. Mesure du degré des exportations

Ce concept détermine l'intensité des exportations par rapport aux ventes totales de l'entreprise, qui est déterminée par le ratio suivant (ventes à l'exportation / ventes totales). (Kuivalainen et al., 2007)

En outre, le degré d'exportation détermine le niveau d'orientation entrepreneuriale de l'entreprise par rapport au marché local vers le marché étranger. (Kuivalainen et al., 2007)

Cependant, la question qui se pose à ce niveau est de savoir quel est le pourcentage idéal qui peut être utilisé comme unité de mesure. À cet égard, Jones (2011) a souligné qu'un ratio de 25% peut être utilisé comme point décisif de mesure.

2.5.4.3. Mesure de l'étendue des exportations

On entend par étendue ou « scope » le nombre de marchés étrangers cible pour l'entreprise. (Beleska-Spasova et al., 2012).

Par ailleurs Ruzo et al. (2011), distingue entre deux catégories de stratégies d'exportation chez les entreprises :

- Stratégie de concentration des marchés : l'exportation est adressée à un nombre de pays étrangers inférieur à 5.
- Stratégie de diversification des marchés : l'exportation est adressée à un nombre de pays étrangers supérieur à 5.

Par ailleurs, le nombre de marché auxquels l'entreprise exporte sera un facteur à prendre en compte au niveau de l'orientation entrepreneuriale des entreprises exportatrices. En outre, ceci est catalogué comme des nouvelles aventures internationales lorsque les entreprises commercialisent leurs produits dans nombreux pays simultanément.

En générale, l'expansion de l'entreprise à l'internationale ne doit pas être négliger quel que soit son orientation concentration ou bien diversification. (Ruzo, Losada, Navarro, et Diez, 2011).

Morgan-Thomas and Jones (2009), soulignent que plusieurs firmes choisissent l'entrée à de nombreux marchés cibles à l'exportation cette stratégie d'expansion a ses propres argumentations, non seulement pour maximiser les ventes et donc la part du marché mais aussi afin d'être à l'abri de la concurrence et réaliser une utilisation optimale des ressources.

Cependant, la présence de l'entreprise sur plusieurs marchés étrangers avec de différentes cultures, peut aussi entraîner à l'entreprise des coûts supplémentaires à l'entreprise ce qui risque la dégradation des bénéfices future. (Datta, Rajagopalan, et Rasheed, 1991)

Pour cette raison, les exigences documentaires exigent que l'élargissement de la portée des exportations commence à partir de l'internationalisation de l'entreprise et même améliore les performances de l'entreprise avant que le rapport prix / profit international puisse être optimisé. (Chao et Kumar, 2010 ; Lee, 2010 ; Li et al., 2012)

2.6. Mesure de la performance à l'exportation

Selon Minh Huan, Losada et al. (2011) ont l'intention de comprendre les performances à l'exportation et de les comparer aux résultats obtenus sur les marchés étrangers avec les objectifs que les dirigeants se sont fixés. Cependant, il y a d'autres auteurs qui considèrent que l'exportation n'est jamais l'une des activités commerciales. Cependant, bien que les définitions et les déterminants de la performance à l'exportation varient, nous pouvons diviser les indicateurs de performance en trois catégories, telles que les indicateurs économiques (pourcentage des ventes à l'exportation, stockage client, part de marché à l'exportation, etc.), les indicateurs stratégiques (en phase de déclin, performance d'exportation, nombre de marchés étrangers, etc.), et enfin des indicateurs subjectifs (chiffre d'affaires à l'exportation, objectifs de l'entreprise, performances à l'exportation, etc.). Mais la majorité des chercheurs adoptent deux dimensions pour mesurer la performance des exportations, tel que la performance objective et la performance subjective (Lages et Lage, 2004 ; Sousa, 2004) et ils ont éliminé la dimension économique.

Les indicateurs subjectifs tentent de mesurer l'opinion des cadres et les dirigeants sur l'accomplissement de ces performances. En revanche, les indicateurs objectifs mesurent les performances directement et prédéterminées à l'aide de valeurs de compte ou des récits sur les exportations qui ont réglé "objectivement" l'efficacité et la rentabilité de l'entreprise, le niveau des ventes, etc. Ainsi, selon les recherches de Diamantopoulos et kakkos (2007), la performance à l'exportation est un concept multidimensionnel qui peut être mesuré par de multiples indicateurs.

Les chercheurs conviennent que les performances devraient être évaluées et étudiées à l'aide des plusieurs différents types d'indicateurs, certains quantitatifs et d'autres qualitatifs.

Par ailleurs, l'étude de Sousa (2004) relève la problématique de la dominance des critères objectifs sur ceux subjectifs. Sur la base de la lecture de 43 ouvrages liés à la performance à l'exportation, l'étude stipule cinq indicateurs de performance à l'exportation qui sont significativement recherchés pour les œuvres désignées : l'intensité des exportations et la croissance des ventes à l'exportation (cible), donc la rentabilité des exportations, la part de marché à l'exportation et la croissance des ventes à l'exportation. Par conséquent, selon Alegre et al. (2009), la conservation des clients déjà existants est un indice clé pour mesurer la performance, sans oublier l'indice de l'amélioration des qualités des produits (Di Pietro et Anoruo, 2006). D'après la même source, où les auteurs ont fait l'enquête sur des entreprises vietnamiennes. Cette étude a été réalisée en quatre reprises en 1991, 1997, 2002 et 2005 par le ministère de travail, Invalides des affaires sociales et Stockholm School of Economics : on peut en conclure que la performance à l'exportation est l'élément de base de toute entreprise d'exportation, qu'elle joue un miroir du succès ou de l'échec de la stratégie, et qu'une série de mécanismes de gestion de l'entreprise dans les activités d'exportation a joué un rôle. Cependant, bien que ce facteur soit extrêmement important dans la société, il n'est toujours pas affecté par d'autres facteurs plus ou moins variables, tels que la recherche marketing, la taille de l'entreprise, l'expérience internationale, les capacités de l'entreprise, "la sélection automatique, l'engagement à l'export, l'apprentissage et l'expérience internationale du manager (Pla-Barber et Alegre, 2007 ; Mavrogiannis et al., 2008 ; Zou et Cavusgil, 2002 ; King et al., 2001 ; Julien et Ramangahaly, 2003)...

Pour conclure, il s'agit de deux courants de pensées ont étudié la performance à l'export en tant que variable dépendante.

Le premier courant de Morgan et al. (2004), affirme que la structure de l'environnement externe de l'entreprise agit directement ou indirectement sur la performance à l'export. En outre, les caractéristiques des marchés étrangers (la culture, la concurrence, l'assistance...) et les caractéristiques des marchés domestiques font l'objet des études à l'égard de leurs relations par la performance à l'export (Sousa et al., 2008 ; Zou Shaoming et Stan Simona, 1998).

Cependant, le deuxième courant de celui de Sousa et al. (2008), affirme que la performance provient de la combinaison des ressources internes à l'entreprise, telles que la stratégie à l'export, les caractéristiques du management. Cette étude est basée sur 52 travaux de

recherche. Près de 84% des échantillons considèrent les ressources internes de l'entreprise comme l'historique des performances à l'exportation.

Par la suite, les recherches de Sousa et Lengler (2011) sur les performances à l'exportation (43 ouvrages) ont identifié cinq indicateurs de performance, tels que l'intensité des exportations, la croissance des ventes à l'exportation et l'amélioration de la qualité des produits.

Tableau 2.1 : Mesure de la performance à l'exportation selon plusieurs auteurs

Auteurs	Année	Nombre d'échantillon	Mesure de la performance à l'export
Ben Marzouk W. et Bouslama N.	2013	39	Stratégie du produit Rapport qualité/prix Savoir-faire technologique Service à la clientèle Fabrication/ livraison Innovation des produits Information de la gestion
Karole Maurel	2006	107	Déterminants internes Déterminants externes
Lages et Lages	2004	-	La performance objective La performance subjective
Phyra Sok et Aron O'Cass	2011	171	L'innovation technologique
Sousa	2004	43	L'intensité d'export Croissance des ventes à l'export Profitabilité export Part du marché à l'export
Sousa et Lengler	2011	43	L'intensité d'export Croissance des ventes à l'export L'augmentation de la participation du marché à l'exportation La profitabilité export L'amélioration de la qualité des produits

Source : Sousa et Lengler (2011)

Par ailleurs, les travaux de Ben Marzouk W. et Bouslama N. (2013) sur 39 entreprises exportatrices en Tunisie montrent que les performances à l'exportation sont le résultat de multiples combinaisons. Dans leurs recherches, ils ont utilisé plusieurs indicateurs tels que la part de marché à l'exportation, la quantité du marché d'exportation et la satisfaction des clients étrangers pour mesurer les performances. Ils ont utilisé une base de données des entreprises d'exportation, qui était basée sur les données du Centre de promotion des exportations, l'emplacement de l'Agence de promotion industrielle et la Chambre de commerce de Sfax et Bizerte. Dans le tableau ci-dessus, nous avons résumé plusieurs auteurs qui ont mesuré les performances à l'exportation en fonction de différents déterminants. D'après ce tableau récapitulatif, on peut remarquer la diversification des projets qui mesurent les performances à l'exportation. Ce sont des déterminants homogènes et non pas paradoxaux

puisque chaque auteur étudie la performance à l'export dans des conditions spécifiques selon leurs pays où ils ont fait leurs études.

2.7. Modèles de la performance à l'exportation

Afin d'établir un modèle conceptuel, nous nous basons sur une revue de la littérature, il existe quatre modèles principaux, comme le modèle de comportement à l'exportation de Cavusgil et Nevin (1981) et le modèle de comportement à l'exportation de Reid (1980). Cavusgil et Zou (1994) et Stottinger et Holzmüller (2001).

2.7.1. Modèles de la décision d'exporter

Les deux modèles les plus couramment utilisés dans les revues de la littérature sont ceux de Cavusgil et Nevin (1981) et de Schlegelmilch et Ross (1987).

2.7.1.1. Modèle du comportement de marketing

Le premier modèle du comportement de marketing d'exportation est présenté comme suit



Figure 2.4. Modèle du comportement de marketing d'exportation de Cavusgil et Nevin (1981)

Cavusgil et Nevin (1981) ont introduit leur modèle comme un ensemble de variables contextuelles et de variables intermédiaires. Ces variables mettent l'accent sur les différents avantages de l'entreprise, tels que le niveau de développement technologique, l'existence de produits uniques, les caractéristiques de la prise de décision fabricant, l'attractivité et le thème L'engagement de l'entreprise dans les activités d'exportation. De même, les orientations managériales et les objectifs d'affaires qui peuvent influencer et agir sur la décision à l'exportation.

Défini par le comportement de marketing d'exportation, les variables dépendantes, les variables de contexte et les variables intermédiaires. Schlegelmilch et Ross (1987) ont souligné dans leurs travaux des critiques liées au modèle de Cavusgil et Nevin (1981), qui ne tenait pas compte des facteurs du marché et de l'environnement, qui sont très importants pour leur comportement à l'exportation. C'est pour cette raison qu'ils fournissent des informations sur les déterminants internes et externes du comportement de commercialisation à l'exportation sur la base de leur propre modèle.

2.7.1.2. *Modèle du comportement de marketing*

Le deuxième modèle du comportement de marketing d'exportation se présente comme suit :

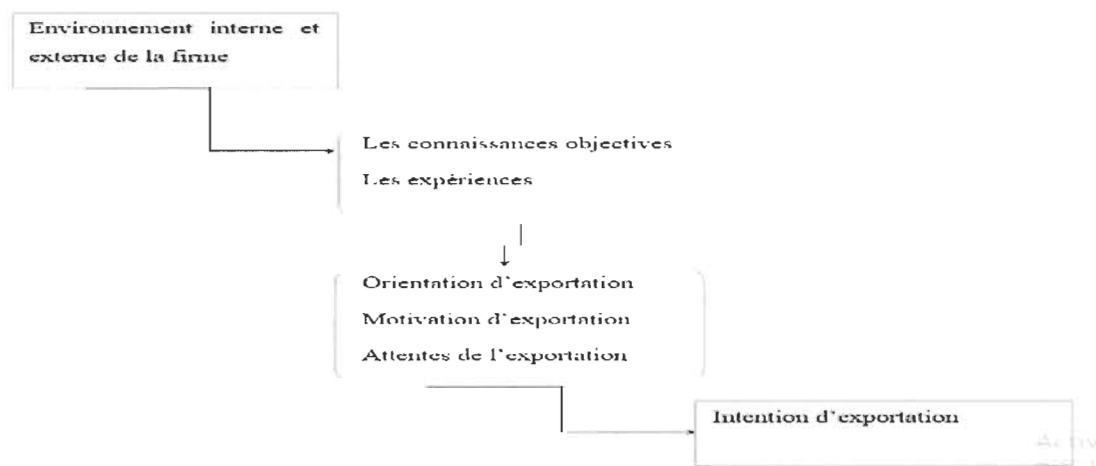


Figure 2.5 : Modèle de marketing d'exportation de Schlegelmilch et Ross (1987)

2.7.2. Les Modèles de la performance à l'exportation

2.7.2.1. *Le modèle de Cavusgil et Zou (1994)*

Le modèle de Cavusgil et Zou (1994) a établi la relation entre les variables indépendantes, la stratégie d'exportation et les variables d'efficacité des exportations. La stratégie est affectée par l'environnement externe de l'entreprise (caractéristiques départementales et étrangères) et l'environnement interne de l'entreprise (caractéristiques de l'entreprise et caractéristiques des produits exportés).

Le modèle de Cavusgil et Zou (1994) a établi la relation entre les variables indépendantes, la stratégie d'exportation et les variables d'efficacité des exportations. La stratégie est affectée par l'environnement externe de l'entreprise (caractéristiques départementales et étrangères) et l'environnement interne de l'entreprise (caractéristiques de l'entreprise et caractéristiques des produits exportés).

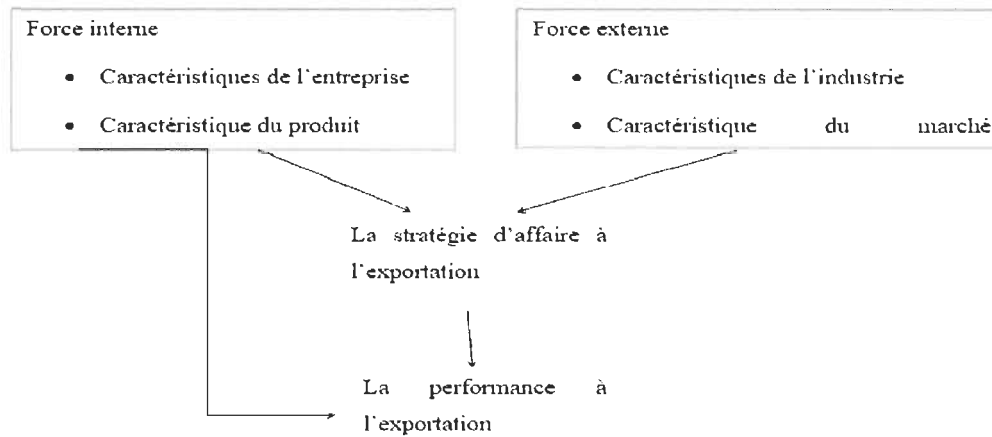


Figure 2.6 : Modèle de la performance à l'exportation de Cavusgil et Zou (1994)

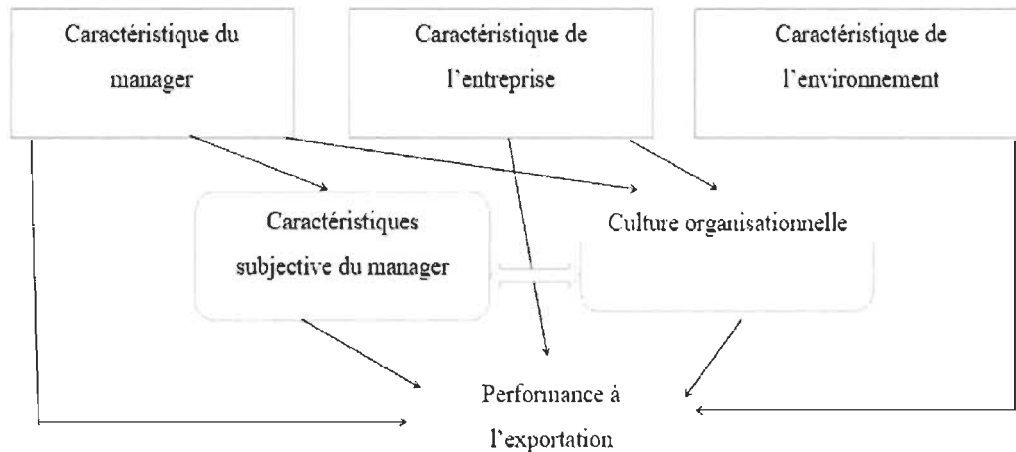


Figure 2.7 : Modèle de la performance à l'exportation de Stottinger et Holzmüller (2001)

Ces modèles montrent la relation importante entre la performance de l'entreprise et les déterminants internes et externes de l'entreprise. Les déterminants internes font référence à des caractéristiques personnelles, telles que l'âge, l'éducation, l'expérience, les compétences et l'orientation des décideurs, et les caractéristiques de l'entreprise en termes de conditions de production, de technologie et de ressources. Les déterminants externes font référence aux facteurs environnementaux des marchés internes et externes, en particulier les conditions du marché intérieur, l'aide publique à l'exportation, les conditions du marché extérieur et les barrières du marché.

2.7.2.2. Cadre conceptuel

L'un des objectifs les plus intéressants de cette recherche est d'essayer de construire une base de données composée d'un grand nombre de petites et moyennes entreprises exportatrices et de tester notre hypothèse lorsque vous essayez de mener une enquête sur le questionnaire pour maîtriser les données de base de cette recherche. Notre recherche empirique sera conditionnée à l'utilisation de questionnaires, et ces derniers seront analysés en utilisant des méthodes économétriques appropriées pour répondre à nos questions de recherche. Notre mode de fonctionnement est le suivant :

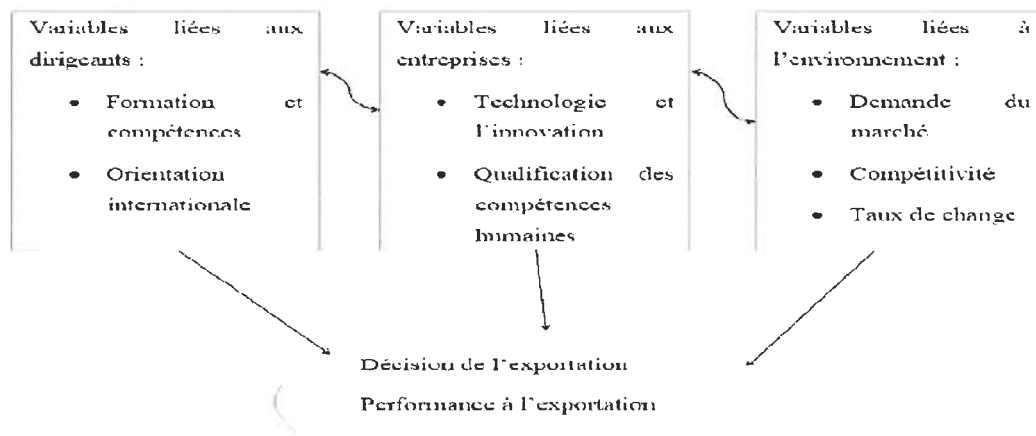


Figure 2.8 : Modèle opérationnel de notre recherche

2.8. Variables d'études

2.8.1. Variables dépendantes

Dans notre recherche, nous avons deux variables dépendantes.

- Décision à l'exportation

Dans nos recherches, nous utiliserons les critères proposés par (Reid, 1983), ceux qui souhaitent poursuivre des activités d'exportation et introduire de nouveaux produits ou désir d'augmenter le volume des ventes et les marchés des messages.

- Performance à l'exportation

Comme indiqué dans la section précédente, ce n'est pas une définition universelle des performances d'exportation et de ses mesures. Dans notre recherche, nous devenons la performance de l'exportation grâce à deux critères plus utilisés pour examiner l'intensité d'exportation, qui reflète la participation des exportations par rapport à la vente complète de cette société. Ce critère a été utilisé dans le modèle Cavusgil et Zou (1994). Le deuxième critère est la croissance des exportations qui dirigent plusieurs chercheurs tels que Gabriel et Simone, 2004.

2.8.2. Variables indépendantes

Notre modèle fonctionnel est composé de trois groupes de variables indépendantes, celles liées aux dirigeants, aux variables internes liées à la société et aux variables externes liées à l'environnement.

2.8.2.1. Variables liées à l'entrepreneur

La majorité des études d'efficacité des exportations montrent la relation importante des caractéristiques d'un entrepreneur avec une activité d'exportation. (Reid, 1982 ; Cavusgil, 1983). Dans notre étude, on s'intéresse sur deux variables liées à l'entrepreneur, tel que la formation de base et les compétences, et l'orientation international de l'entrepreneur.

- ✓ La formation de l'entrepreneur

Cette variable implique la formation globale de l'entrepreneur comme le niveau de scolarité ainsi la qualité de la formation et le domaine de la compétence de l'entrepreneur.

Chaston et Williams, (2004), met en évidence dans leur étude l'importance de la compétence de la langue du point de vue de l'efficacité de la communication, de l'apprentissage sur les

marchés étrangers dans le but de réduire les distances décontractées perçues mentalement entre le marché intérieur et externe.

En plus, « un dirigeant entrepreneur est souvent le leader dans son domaine et prend souvent des initiatives cherchant à devancer ses concurrents » (Luong et al., 2010).

Cette variable nous a guidé de mener notre première hypothèse qui comme suite :

H1 : le profil de l'entrepreneur a une relation significative sur la décision et la performance à l'exportation

✓ L'orientation internationale de l'entrepreneur

Knight et Cavuspilio (2005) ont défini les conseils internationaux de l'entrepreneur en tant que position fondamentale qui trace la vision de la direction et une attitude concurrentielle proactive sur les marchés internationaux. Cependant, Rico Baldegger (2009) dans son livre au point de vue international d'internistes a vérifié l'hypothèse dont l'orientation du commerce international joue un rôle de premier plan dans la détermination du comportement de l'internalisation de la société.

La recherche dans la littérature, nous amène d'introduire notre deuxième hypothèse qui est comme suit :

H2 : l'orientation entrepreneuriale internationale et l'identification de l'opportunité internationale influencent positivement la performance à l'exportation.

2.8.2.2. Variables internes de l'entreprise

Les variables internes sont les variables liées à la société et qui sont divisées en trois critères tels que : la technologie utilisée par la société qui favorise l'innovation, la notation des ressources et le réseau international de la société.

✓ La technologie et l'innovation

Selon l'OCDE (2005), PME est de plus en plus attendue en intégration dans le processus d'innovation. Cette dernière est considérée comme un puissant moteur de la compétitivité qui pousse le PME vers l'exportation (Luong et al., 2010).

La recherche sur l'innovation a utilisé différents concepts pour analyser l'impact sur la performance des exportations. Dans nos recherches, nous utiliserons deux critères pour évaluer la capacité d'innovation de la société, telle que la valeur des investissements dans la recherche et le développement, la vente d'un nouveau produit pouvant être mesuré par la

proportion de ventes. « Un nouveau produit par rapport à la facturation de la société pendant une période d'un an ». Cette variable nous permet de lancer notre quatrième hypothèse comme suit :

H3 : la technologie et l'innovation jouent un rôle important dans la décision et la performance à l'exportation

✓ La qualification des compétences humaine

Le savoir-faire selon Export Zou et Stan (1998) pour les PME est une source indiscutable de performances à l'exportation. La qualification de la connaissance humaine vous permet d'étudier les marchés étrangers et est très utile qu'il est très utile d'améliorer les performances de marketing d'exportation et ailleurs, évite l'erreur des prix, la promotion et le choix des méthodes de distribution sur le marché international. La qualification des compétences humaines a un impact important sur le degré d'étendue de l'internationalisation d'une entreprise.

Selon l'OCDE (2002) dans son rapport sur les PME, souligne l'importance de l'implantation d'activité de formation continue et sur mesure au sein des PME a pour objectif d'accroître le degré de la qualification de ses personnels ainsi qu'« *un programme de rémunération axé sur les profits ou permettant d'accéder à la propriété pourra assurer la rétention du personnel le plus compétent* ». Ben Ayed et Boujelbene, (2013). En outre, les sociétés de croissance solides sont intéressées et motivent même leur personnel grâce à la diffusion d'informations autant que possible des employés afin que chacun soit impliqué dans la prise de décision.

Alors notre hypothèse sera comme suit :

H4 : la qualification des ressources humaines de l'entreprise a un impact positif sur la performance et la décision de l'exportation

✓ La richesse des sources d'information

Les sources d'information sont une ressource stratégique pour les entreprises pour générer des avantages concurrentiels pour étudier le marché et les concurrents avec leurs forces. Julien et al. (1998) Ce sont cinq catégories de sources d'information. Le premier, les clients, les représentants, les représentants, les détaillants et les agences d'exportation, la deuxième et les sources associées aux fournisseurs et aux banques sont les sources internes de la société, telles que les employés, les bureaux de vente et les études internes.

Il existe ensuite des sources institutionnelles telles que des associations industrielles et commerciales, des agences gouvernementales et des publications gouvernementales. Enfin, des sources liées à l'industrie, telles que des foires et des expositions, des journaux et des revues spécialisées et d'autres sociétés de l'industrie.

H5 : les sources d'information influencent significativement la décision et la performance à l'exportation.

2.8.2.3. Variables externes

Les variables externes sont les variables liées à l'environnement externe de la société. La révision de la littérature distingue deux types de variables environnementales, telles que les caractéristiques du marché national et les caractéristiques des marchés d'exportation.

✓ La demande du marché

Cavusgil, (1984), a conclu que la demande de marché à domicile et la concurrence sur le marché national ainsi que la concurrence importante en matière d'exportation influence positivement la performance des exportations des PME.

Dans notre contexte, nous travaillons sur les PME tunisiennes, nous avons l'intuition que les dirigeants prennent en considération cette variable vu qu'il s'agit une forte concurrence sur le marché national avec peu des consommateurs (que 12 millions habitants). Par conséquent, les entreprises n'ont pas d'option que d'exporter leurs produits.

H6 : il s'agit une relation positive significative entre la demande du marché domestique et la performance à l'exportation

✓ La compétitivité

La compétitivité présente la capacité d'une entreprise à offrir une gamme de produits suffisamment attrayante pour accroître la part de marché par rapport à ses concurrents (Alaoui, 2005). Depuis plusieurs décennies, les sociétés de la concurrence internationales ont été exposées à un contexte économique dans lequel les décisions stratégiques et les changements organisationnels sont interconnectés jusqu'à ce qu'ils soient presque indissociables. En conséquence, la compétitivité des entreprises en tant que stratégie d'adaptation permanente, dans laquelle la gestion des postes achetés ne dépend pas des niveaux des facteurs de la société, mais la capacité de gérer. De plus, selon Julien et al. (1998) et Alaoui (2005), un effet novateur sur la performance des exportations de PME, est mis en œuvre en faveur d'une politique dynamique de recherche et de développement, permet de

rendre l'adaptabilité de la société. Améliorer la productivité du travail et une bonne attractivité de la région, grâce à la gestion efficace des ressources humaines et à la réduction du fardeau fiscal des sociétés qui encourage les investissements.

Le débat théorique et les résultats empiriques sur la compétitivité des entreprises sur le marché international nous permettent de commencer notre hypothèse dans nos recherches sur la compétitivité comme suit :

H7 : la compétitivité des entreprises sur le marché international, influence la performance à l'exportation et la décision de l'exportation.

✓ Taux de change

Plusieurs recherches ont examiné la relation entre le taux de change des pays exportateurs et la décision et la performance des exportations. L'impact de variation se différencie d'une étude à autre. A l'aide de données de panels interprovinciaux trimestriels de 2006 à 2017, Xiaoxue Wang et al. (2019) trouvent un effet négatif de taux de change sur la performance de l'exportation. Ils concluent qu'au niveau national, la dépréciation du taux de change effectif interprovincial favorise la croissance des exportations, tandis que la volatilité du taux de change entravera les exportations de la période suivante.

Depuis les années 1980, la littérature sur la commercialisation des exportations a indiqué l'impact significatif des variables de décision, telles que le changement de taux de changement, la performance des exportations. (Cavusgil et Kaynak, 1982 ; Koh et Robicheaux, 1988).

Notre dernière hypothèse est liée au taux de change.

H8 : la variation de taux de change a une relation négative significative avec la performance à l'exportation pour les PME tunisiennes.

2.8.3. Les déterminants de la performance et la décision de l'exportation des PME

Nous présentons des sessions précédentes, des variables dépendantes et des variables indépendantes qui agissent sur les avantages d'exportation des PME, de sorte que les variables affectent la décision sur la performance des dirigeants de PME. Nous avons essayé d'analyser les variables qui attirent des cadres pour exporter leurs produits en dehors du pays et ne se limitent pas au marché intérieur. Cette décision est une condition nécessaire, mais pas suffisante pour les avantages à l'exportation.

En résumé, nous présentons les déterminants des performances des exportations dans le programme ci-dessous.

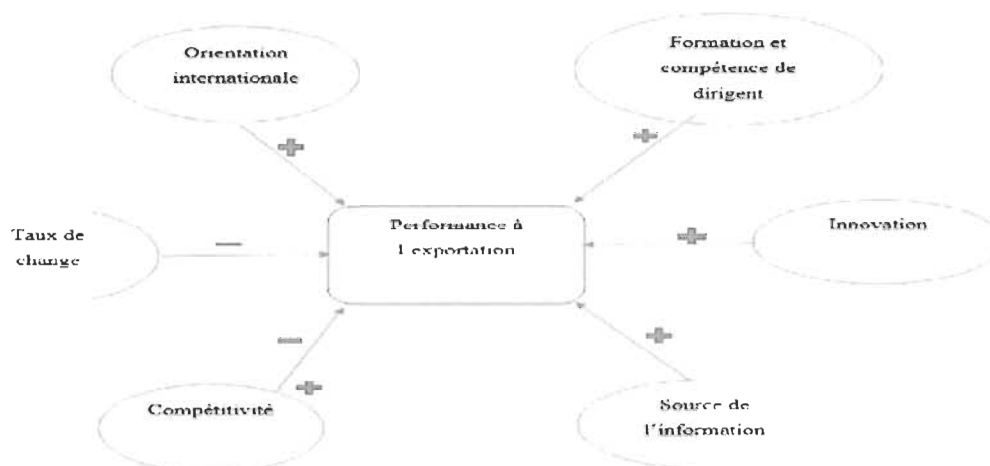


Figure 2.9 : Déterminants de la performance à l'exportation

Ce schéma présente les signes de relations entre la variable dépendante avec les variables explicatives de la performance à l'exportation. Nous avons présenté nos hypothèses sur la base de la revue de la littérature. Pour la variable compétitivité, une relation significativement négative quand on parle de la compétitivité des entreprises dans le marché étranger, et positive lorsqu'on parle de la compétitivité des entreprises sur le marché domestique.

2.8.4. Autres variables : Opportunités et raisons d'une ouverture aux autres marchés ?

La manipulation ou la mesure des variables indépendantes par le chercheur nécessite de bien distinguer les plans conceptuel et concret. Les variables sont réellement manipulées sur le plan concret, alors que les théories et les hypothèses généralement construites et formulées par le plan conceptuel. Le chercheur doit donc partir des théories et des hypothèses (plan conceptuel), rendre concret les concepts compris dans sa théorie, c'est-à-dire qu'il doit les opérationnaliser afin qu'ils deviennent manipulables ou mesurables (plan concret).

Il existe une série des variables tels que :

- Age ;
- Genre ;
- Nombre d'année d'expérience ;
- Nombre d'Employer ;

- Motivation pour la localiser dans le marché international.

En ce qui concerne la dernière variable, l'intensification des échanges au-delà de nos frontières, la simplification de l'accès à de nouveaux marchés à l'autre bout du monde, la démultiplication des associations mondiales, les nouvelles formes de réalisation par le biais du stagiaire ou de l'intensification concurrentielle dans la mienne. Le marché est-il de la place pour une stratégie commerciale locale ?

Ci-après le tableau (2.2) récapitulatif de nos variables d'étude dépendantes et indépendantes avec leurs hypothèses de recherche.

Tableau 2.2 : Variables d'étude

Variables dépendantes	Décision à l'exportation	Reid, 1983
	Performance à l'exportation	Cavusgil et Zou (1994)
Variables indépendantes		
Variables liées à l'entrepreneur	La formation de l'entrepreneur : Chaston et Williams (2004)	H1 : le profil de l'entrepreneur a une relation significative sur la décision et la performance à l'exportation
	L'orientation internationale de l'entrepreneur : Knight et Cavuspilio (2005)	H2 : l'orientation entrepreneuriale internationale et l'identification de l'opportunité internationale influencent positivement la performance à l'exportation.
Variables internes de l'entreprise	La technologie et l'innovation : Luong et al. (2010)	H3 : la technologie et l'innovation jouent un rôle important dans la décision et la performance à l'exportation
	La qualification des compétences humaine : Ben Ayed et Boujelbene (2013)	H4 : la qualification des ressources humaines de l'entreprise a un impact positif sur la performance et la décision de l'exportation
	La richesse des sources d'information : Julien et al. (1998)	H5 : les sources d'information influencent significativement la décision et la performance à l'exportation.
Variables externes	La demande du marché : Cavusgil (1984)	H6 : il s'agit une relation positive significative entre la demande du marché domestique et la performance à l'exportation
	La compétitivité : Alaoui (2005)	H7 : la compétitivité des entreprises sur le marché international, influence la performance à l'exportation et la décision de l'exportation.
	Taux de change : Xiaoxue Wang et al. (2019)	H8 : la variation de taux de change a une relation négative significative avec la performance à l'exportation pour les PME tunisiennes.
Opportunités et raisons d'une ouverture aux autres marchés	<ul style="list-style-type: none"> • Age ; • Genre ; • Nombre d'année d'expérience ; • Nombre d'Employer ; • Motivation pour la localiser dans le marché international. 	

Source : auteurs

Cette mondialisation a tendance à apporter une conception domestique de la stratégie commerciale ou même des stratégies de marché dépassées. Bien sûr, cela semble fondé au niveau des sociétés transnationales.

Comme nous l'avons vu dans l'article précédent (stratégies de croissance : quelles sont les possibilités de la croissance de mon entreprise), la mondialisation est l'une des options disponibles pour les entreprises ?

Afin de développer de nouveaux marchés géographiques, nous devons élaborer une stratégie d'internationalisation (ou mondialisation). Avant de parler de stratégies internationales, concentrons-nous sur les opportunités qu'une ouverture (pas encore de présence internationale) à d'autres marchés peut nous apporter. Celles-ci sont nombreuses, et ne se limitent pas uniquement aux nouveaux clients. Elles concernent de nombreux axes de l'entreprise dans lesquels l'entité a la possibilité de créer de la valeur. En voici les principaux :

Les sources d'opportunités :

1. Nouveaux clients
2. Nouveaux fournisseurs
3. Nouveaux partenaires
4. Nouvelles technologies
5. Nouveau savoir-faire et compétences
6. Nouveaux sous-traitants
7. Nouvelles sources d'innovation
8. Nouvelles économies (ressources)

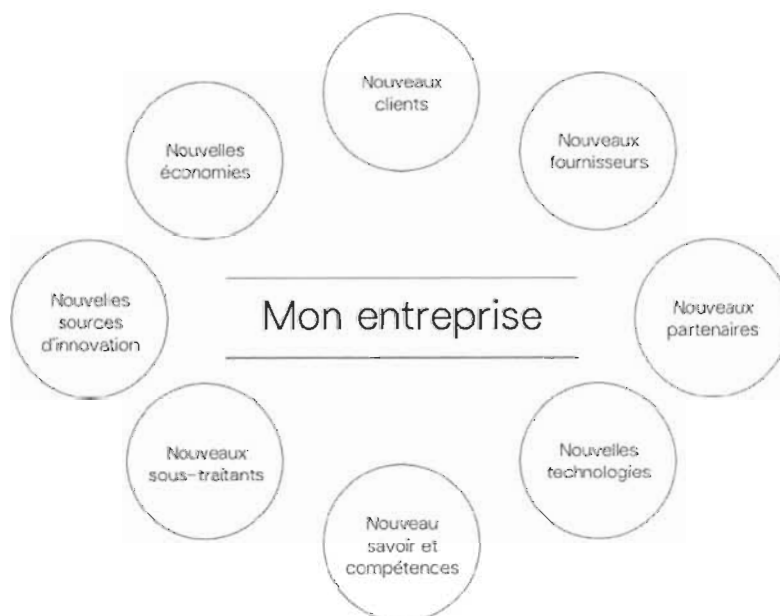


Figure 2.10 : Les raisons d'une ouverture aux autres marchés

En internationalisation, il n'est pas destiné à devenir une société mondiale. En fait, plusieurs degrés d'internationalisation sont possibles, en commençant par une simple entrée sur un marché voisin ou une exportation indirecte.

Une infinité de raisons peut être motivée pour le développer à l'international et, par conséquent, devoir développer une stratégie commerciale mondiale. Peut être considéré comme plus vieux :

- Mondialisation des marchés et de la concurrence : il est préférable d'utiliser les avantages de la mondialisation que de subir des inconvénients. En fait, la demande est de plus en plus homogène et compétitive de concurrents sur mon marché intérieur.
- Mondialisation de nos clients : dans B2B De nombreuses entreprises clientes peuvent se développer à l'international. Par conséquent, nous devons être capables de soutenir votre développement international. Moins direct, mais de la même manière, les clients B2C ont également tendance à devenir des enquêtes mondiales et évidentes dans cette direction.
- Répartition des risques : tous les pays ou régions ne disposent pas des mêmes cycles économiques ou saisonniers. Avec une présence dans différents pays ou régions, il est donc possible d'équilibrer le budget de votre portefeuille d'entreprises et de réduire ainsi le risque.
- Saturation du marché intérieur : les opportunités de croissance sur son marché intérieur peuvent être plus difficiles à saisir, sinon le paiement du prix sera trop élevé.
- Présence des concurrents : le développement de plus en plus général des concurrents existants, futurs, directs ou indirects est également une bonne raison. Ils se manifestent généralement sous deux coins : le concurrent classique qui gagne l'efficacité avec un développement mondial et un concurrent, d'où ils n'ont jamais entendu parler de leur marché pendant la nuit et les ombragent. Ils ont une certaine obligation de transmettre leurs limites afin qu'elles ne diffèrent pas.
- Économies de la Balance : En raison de l'extension de la taille de leur marché, les économies peuvent devenir importantes. En outre, nous avons souvent accès à des ressources moins chères.
- Profitez d'une spécificité nationale : de nombreux pays sont comptabilisés en dehors des limites de leurs connaissances de haute qualité ou d'un niveau qualitatif, que ce soit vrai ou non. La Suisse fait partie de ce pays, qui a une aura très positive à l'étranger.

Chapitre 3 - Méthodologie de recherche

3.1. Méthodologie

Sur le plan méthodologique, la plupart des études sur les performances à l'exportation utilisent des méthodes empiriques par régression des paramètres ou analyse factorielle. Bien que peu d'études soient clairement basées sur des théories de performance existantes. Théoriquement, selon le point de vue de Zou et al. (2003), il existe trois méthodes importantes pour explorer les capacités d'exportation des PME, telles que : 1) la théorie de l'organisation industrielle, c'est-à-dire la performance internationale dans l'environnement externe, ou 2) la théorie des ressources, qui détermine l'exportation pouvoir des PME. Réaliser du marketing international dans les ressources internes des PME, et enfin 3) expliquer toutes les théories de la performance en ajustant la structure de l'entreprise et son parcours.

L'une des questions centrales dans la littérature du marketing d'exportation consiste à savoir pourquoi certaines entreprises sont performantes alors que des autres restent marginales dans le processus de l'exportation (Cavusgil et Zou (1994) ; Morgan et al. (2004) ; Navarro et al. (2010) ; Lages et al., 2008 ; Camison et al. (2010)).

En effet, Alaoui (2013) a mené une étude sur les performances à l'exportation des entreprises françaises, et il a conclu que le processus de performance dépend de facteurs externes, tels que la fluctuation de la monnaie nationale par rapport aux pays concurrents et la fluctuation des prix du pétrole. L'échelle, mais elle dépend aussi principalement de facteurs internes, en particulier des pratiques de gestion qui affectent de manière significative la compétitivité-prix à moyen et long terme et justifient les bonnes performances de l'entreprise, malgré la répétition de facteurs externes (Alaoui, 2013).

Selon Alaoui (2013), qui a étudié la performance des entreprises françaises d'exportation, il a conclu que ce processus dépend non seulement de facteurs externes, notamment la fluctuation de l'euro par rapport aux devises de pays concurrents ou de la fluctuation des prix du pétrole, mais dépend principalement sur des facteurs internes. En effet, ces pratiques de gestion affectent la compétitivité prix et non-prix des entreprises exportatrices à moyen et long terme et malgré des facteurs externes répétés, cela prouve toujours que la bonne performance des entreprises exportatrices allemandes est raisonnable (Alaoui, 2013).

Tableau 3.1 : Variables en jeux dans la performance à l'exportation

	Variables contrôlables	Variables incontrôlables
Variables internes	<p>La taille : Cavusgil et Godiwalla, (1982) ; Johnston et Czinkota, (1982) ; Moon et Lee, (1990); Reid (1982); Terpstra, (1987)</p> <p>La technologie de la production : Cavusgil et Nevin, (1981); Cooper et Kleinschmidt, (1985); Garnier, (1982). Cooper et Kleinschmidt (1985)</p> <p>Les avantages reliés au produit : Cavusgil et Godiwalla, (1982); Moon et Lee, (1990): Cavusgil et Nevin, (1981).</p> <p>Les engagements : Souchon et Diamantopoulos, (1997)</p>	<p>Les activités de réseautage de la firme : Bonaccorci (1992)</p> <p>L'expérience d'exportation : Madsen, (1989)</p>
Variables externes	-----	<p>Environnement du marché domestique : Morgan (1999) ; Eshghi (1992)</p> <p>Facteurs du marché international : Gripsrud (1990)</p> <p>Les réglementations gouvernementales : Andrea Bonaccorci (1992)</p> <p>Le taux de change : Gourlay et Seaton, (2004)</p>

Sur la base de ces trois théories, les facteurs sont souvent basés pour déterminer la performance à l'exportation des PME sélectionnées par la recherche. Cependant, la classification des facteurs déterminants dans la performance à l'exportation, la revue de la littérature distingue différentes classifications. On s'intéresse par les plus utilisées par les chercheurs. La première classification est celle proposée par Zou et Stan, (1998), et qu'ils distinguent deux types des facteurs. La théorie des ressources (Bamey, 1991) définit des facteurs internes tels que les qualifications des managers, l'assimilation des technologies de l'information et de la communication au sein de l'entreprise, la capacité à innover, le degré de prise de risque et le degré de ressources humaines, financières et informationnelles. Ressources. Cependant, la théorie organisationnelle (Scherer, 1980) met en avant des facteurs externes, tels que le degré de compétitivité industrielle. La deuxième dimension proposée par Zou et Stan (1998) c'est l'opposant facteur contrôlable et incontrôlable. Bien que cette dimension ait perdu la base théorique, il reste très utile pour les chercheurs et les dirigeants.

Des études sur les facteurs de vérification reposaient sur l'hypothèse implicite que les dirigeants peuvent couvrir des sujets liés à l'efficacité des exportations de leurs activités.

Au contraire, Yong et al. (2010) déterminent des études concentrées sur des facteurs incontrôlables, proviennent d'une perspective plus détaillée et soulignent la responsabilité des cadres publics qui déterminent en grande partie le contexte dans lequel l'entreprise fonctionne.

En termes pratiques, il n'y a pas de facteurs externes et contrôlables, car l'environnement est largement imposé aux dirigeants, du moins d'une perspective à court terme. Bien que les facteurs internes et contrôlables soient les plus importants selon Chety et Hamilton (1993).

Pour résumer et résumer les variables de mesure sélectionnées par le test de la littérature, elles sont classées dans le tableau ci-dessus.

3.2. Déroulement du questionnaire

Depuis la signature d'un accord conjoint avec l'Union européenne en 1995, la Tunisie a franchi une étape importante. Les produits industriels européens ont libre accès à son marché et ont obtenu des options irréversibles. La Tunisie s'est intégrée à l'économie mondiale dans le but de stimuler la croissance et de s'améliorer le Bien-être collectif. En 2008, les autorités tunisiennes ont mis en place de généreuses incitations à la création de petites et moyennes entreprises, encouragé l'entrepreneuriat privé et encouragé les petites et moyennes entreprises à prendre le relais de l'État pour développer le secteur privé et s'orienter vers l'exportation et le commerce international. Malheureusement, jusqu'à présent, *« le nombre des PME exportatrices est significatif demeure inférieur aux attentes où la majorité des entreprises sont confrontées à un problème de survie et de croissance »* (Ben Ayed et Boujelbene, 2013).

Dans nos recherches, nous essayons d'expliquer l'exécution des exportateurs de PME dans des restrictions sur l'existence des variables qui y agissent. Pour comprendre les relations entre les différentes variables dépendantes et indépendantes de notre modèle d'exploitation, nous essayons de présenter les caractéristiques de chacun, ainsi que des mesures appropriées et de vérifier les hypothèses préétablies. En fait, notre studio empirique est basé sur trois parties.

Une première partie dédiée à la présentation du modèle et des variables de l'échantillon. En fait, notre échantillon sera composé par un ensemble de PME travaillant dans plusieurs domaines où leurs produits sont destinés à l'exportation. Une enquête sera alors développée afin d'étudier leurs comportements vis-à-vis de l'exportation.

Une deuxième partie va traiter uni-dimensionnellement les différentes variables et leurs caractéristiques. Cette analyse est une analyse descriptive dans laquelle il s'agit d'une technique statistique qui vise à identifier les variables pour différencier les personnes appartenant à un ou plusieurs groupes ou plus.

Enfin, une tierce partie s'occupera des relations entre ces variables, en utilisant une analyse des composants clés (ACP) pour la première fois qui correspond à une structure de données purement statistique. Elle fait partie des méthodes descriptives multidimensionnelles appelées méthodes factorielles. Et deuxièmement, nous appliquerons des régressions linéaires en utilisant la méthode de la Probit multinomiale en corrigeant tout en corrigeant les problèmes de la non-homogénéité des observations. Cette technique est purement quantitative, et se base sur des régressions linéaires simple des données collectées de notre questionnaire ainsi les données publiées par l'institut national de la statistique (INS).

3.2.1. Modèle, variables et échantillon

3.2.1.1. Présentation de l'étude

Selon le code de TUNIS, les incitations à l'investissement sont considérées comme des exportateurs, dont la production est totalement intentionnelle à l'étranger ou ceux qui exercent des services à l'étranger ou la Tunisie sont également considérés comme des exportateurs pleinement exportateurs travaillant exclusivement avec les entreprises précédentes, les entreprises établies en économie.

Pour la stratégie d'exportation de la société, et conformément à la définition de l'Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat (UTICA), la stratégie d'exportation est une initiative gouvernementale qui facilite l'intégration des sociétés privées pour la croissance économique et l'internationalisation des activités en question. Ceci par une méthode de collaboration et de complémentarité entre les deux secteurs public et privé.

Étant donné que le modèle que nous souhaitons tester nécessite une masse d'informations majeure et que, comme cela ne peut pas être consulté, nous développerons un questionnaire pour diriger PME Tunisienne pour obtenir une base de données et des informations suffisantes. Cela nous permet de comprendre le mécanisme de meilleure exportation, ces entreprises étudient les déterminants internes et externes des performances des exportations dans notre cas.

Pour l'élaboration du questionnaire, nous allons suivre les étapes déterminé et présenté par Lambin (1999) comme suit :

Premièrement, il s'agit de la création de l'inventaire des informations impliquant la décision des informations regroupées en fonction des hypothèses de recherche déjà présentées dans les sections précédentes.

Notre questionnaire sera établi par contact direct car il s'agit du mode de collecte potentiellement intéressant pour la quantité et la qualité des informations collectées. Les questions que nous utilisons seront étroitement fermées et des questions à choix multiples.

3.2.1.2. Echantillon

Dans notre recherche, on s'intéresse aux PME du secteur de l'industrie textile et habillement qui couvre plus 25% de PIB du pays. Ce secteur est principalement tourné vers l'exportation et le secteur le plus présent dans le processus de l'exportation des PME tunisienne depuis les années 90. En 2017, selon les statistiques du ministère du commerce tunisien, il existe plus de 1500 entreprises qui sont totalement exportatrices qui permettent de positionner la Tunisie un fournisseur performant selon les règles de qualité et d'exigence du commerce international.

Nous allons choisir un échantillon de 300 PME pour notre recherche qui sont tous dans le secteur de textile et de l'habillement vu que ce secteur le plus performant au niveau de l'exportation. Dans le but de maximiser la représentativité de notre échantillon, nous allons admettre la technique de l'échantillon aléatoire simple. Cette technique de sélectionner l'échantillon se base sur deux principes où elle accorde à chaque individu une chance d'être choisi, ainsi le deuxième principe c'est que le tirage d'un élément doit être indépendant du tirage des autres éléments de l'échantillon. Nous essayons de fréquenter plusieurs types des entreprises, tel que, les plus exportatrices, les moins performantes, les entreprises ou l'entrepreneur a une formation à l'étranger et l'inverse...etc.

Notre objectif est de comprendre les relations existantes entre différentes variables dépendantes et indépendantes de notre modèle utilisateur. Nous essaierons de présenter les caractéristiques de chacun de chacun, ainsi que des mesures appropriées pour changer les hypothèses préétablies. Notre première préoccupation à créer une base de données est donc un nombre important de PME textile et est exporté vers des vêtements, essayant de remplir une enquête sur un questionnaire pour guider les données nécessaires pour exécuter les données demandées pour exécuter notre studio et notre studio et notre studio. Hypothèse. Notre enquête empirique, stipulé l'utilisation d'un questionnaire avec les dirigeants d'entreprise et répond à la question de la décision à l'exportation, afin de collecter les données nécessaires à la construction d'un modèle économique, qui remplira notre question durable de manière quantitative. Grâce à cette analyse, nous examinerons l'utilisation de la technique des équations structurelles afin de contrôler les relations existantes entre les différentes variables ainsi que la signification de cette relation.

3.2.1.3. La collecte des données

Premièrement, il est important de mentionner que notre base de données est divisée en deux composantes : le premier consiste en la base de données publiée sur la plate-forme des ministères ou de l'Institut national des statistiques. Généralement, ces variables sont liées quantitativement aux opérations pour la commercialisation des PME de leurs produits ou variables associées à la société.

La deuxième consiste en les enquêtes de terrain, les entrevues semi dirigé avec les chefs des entreprises sur des questions purement qualitatives comme le degré de la motivation pour aller vers l'international, ou la capacité en soi du chef de l'entreprise pour gérer des opérations d'exportation.

Dans notre recherche, la première étape de la collecte des données consiste à une abstraction des données publiées par les organismes de la statistique ou bien dans les statistiques de l'entreprise en soi. Puis, lancer des questionnaires auprès des chefs des entreprises. Ensuite, une analyse des composants principaux de toutes les variables, à l'aide de logiciels opérationnels (SPSS). Enfin, une régression linéaire compte tenu des trois catégories d'importantes variables commerciales, de la société et de l'environnement externe, à l'aide d'un programme économétrique (Stata).

3.2.1.4. La question de l'éthique

Dans notre recherche, nous avons admis la méthodologie mixte, la combinaison entre l'approche quantitative et l'approche qualitative. Comme toutes les recherches offrent une validation éthique, nous devons respecter les normes d'une recherche sur le tas. La question de l'éthique est l'élection de notre objet de recherche ou de crédibilité de l'observation de notre problématique, de l'aperçu de l'examen de la littérature et de la garantie de ne pas ignorer la contribution d'autres chercheurs dans ce sujet des performances des exportations. Concernant la méthodologie, pour l'approche quantitative, nous nous engageons d'admettre que les séries statistiques publiées par les organismes spécialistes de la statistique, comme le ministère, l'INS, la banque mondiale... Pour la partie de l'enquête, et les entrevus avec les chefs des entreprises, nous allons tout d'abord assurer la confidentialité des informateurs, ainsi, nous suscitons et intégrons le feedback des informateurs au cours de l'étude. Il s'agit d'obtenir la permission de la part des informateurs avant de publier nos résultats afin d'envoyer tout un rapport des résultats de leurs paroles.

Notre enquête est formée par quatre variables principales : Variables Dépendantes (Décision à l'exportation & Performance à l'exportation) ; Variables liées à l'entrepreneur (Formation de l'entrepreneur & Orientation internationale de l'entrepreneur) ; Variables internes de l'entreprise (Technologie et l'innovation, Qualification des compétences humaine & Richesse des sources d'information) ; et Variables externes (Demande du marché, Compétitivité, Taux de change). L'analyse de ses variables nécessite un traitement spécifique basé sur la factorisation en utilisant l'approche ACP et une analyse de régression basée sur le modèle Probit multinomiale.

3.3. Techniques d'estimation

Les variables qualitatives explicatives sont très nombreuses lorsque l'on étudie les thèmes de l'économie du travail ou de l'innovation. Ce thème s'étend aux cas où la variable expliquée est qualitative. Une première utilisation, très répandue, des variables qualitatives consiste à les utiliser sous forme d'indicatrices dans une régression linéaire. Elles servent à indiquer des effets fixes pour indiquer une appartenance à un groupe en général (e.g., région, industrie, catégorie socio professionnelle, niveau de diplôme). Les coefficients de ces variables qualitatives ne s'interprètent plus comme des dérivées par rapport aux variables explicatives, car les dérivées n'existent plus, mais comme un écart moyen par rapport à une modalité de référence. Une seconde utilisation de ces variables qualitatives consiste à couper une variable continue à intervalles, puis à vérifier la forme de la relation qu'elle est préservée avec les variables illustrées. Ceci est un intervalle à une fonction inconnue. Au niveau de notre application empirique, nous allons nous baser sur les deux méthodes suivantes : Méthode d'analyse en composante principale et la Méthode Logit-Probit multinomial. Toutefois, nous devons prendre l'existence d'un problème d'hétéroscédasticité en utilisant le test de *Breusch-Pagan*.

Chapitre 4 - Estimation du modèle conceptuel

4.1. Analyse univariée des variables

Afin de déterminer s'il existe une corrélation entre les items, nous présenterons les caractéristiques des échantillons représentant notre modèle au début de cette section. Cette dernière est divisée en variables endogènes et variables exogènes.

Ensuite, dans cette section, nous effectuerons une analyse graphique et descriptive de deux modèles impliquant la "décision d'exportation" et les "résultats à l'exportation". Nous introduirons également l'analyse factorielle des données qui ont été appliquées. Voir l'annexe pour plus de détails.

4.1.1. Traitement des variables dépendantes

4.1.1.1. Analyse de la variable *Décision à l'exportation*

Le tableau suivant présente les caractéristiques des échantillons représentant notre modèle.

Tableau 4.1 : Analyse descriptives des variables endogènes (dépendantes)

		DE	PE
N	Valide	300	300
	Manquante	0	0
Moyenne		4,07	4,14
Médiane		4,00	5,00
Mode		5	5
Ecart-type		0,998	0,992
Asymétrie		-0,752	-0,698
Erreur std. d'asymétrie		0,141	0,141
Aplatissement		-0,162	-0,426
Erreur std. d'aplatissement		0,281	0,281
Intervalle		4	4
Minimum		1	1
Maximum		5	5
Centiles	25	3,00	3,00
	50	4,00	5,00
	75	5,00	5,00

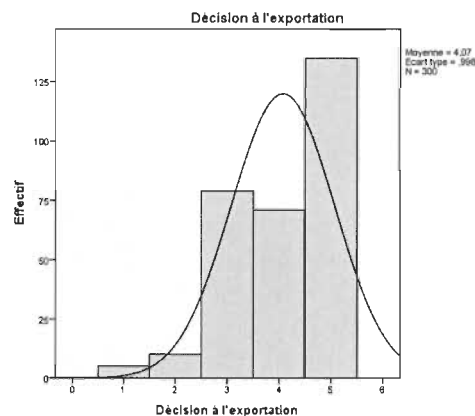
Note : Décision à l'exportation (DE) ; Performance à l'exportation (PE)

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Si l'on se réfère au tableau 4.1, la valeur moyenne de la variable "décision d'exportation" est de 4,07 et l'écart type le plus élevé est de 0,998. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour 300 observations, il y a une forte concentration autour de la valeur « 5 » (mode = 5), et l'entreprise se trouve toujours dans une situation où elle décide d'exporter. Cette variable ressort clairement de la figure (3.1). Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -0,752), donc la distribution est asymétrique et se développe vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (kurtosis = -0,162), cela indique que la distribution des « décisions

d'exportation » est moins plate que la distribution de la distribution normale centrale réduite, elle est donc en forme de bec de canard. Dans l'ensemble, cette distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir figure 4.1).

Figure 4.1 : Diagramme de la Décision à l'exportation

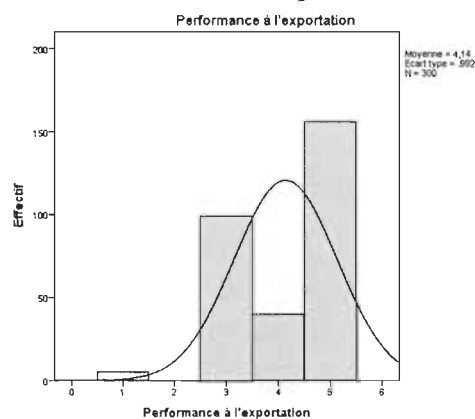


Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.1.1.2. Analyse de la variable Performance à l'exportation

Pour la variable Export Performance, et en se référant au même tableau 4.1, la valeur moyenne de cette variable est de 4,14 et l'écart type est de 0,992. Toutes les valeurs sont également comprises entre 1 et 5. Pour 300 observations, il y a une forte concentration proche de la valeur `` 5 `` (mode = 5) où l'entreprise a une très haute performance à l'exportation.

Figure 4.2 : Diagramme du Performance à l'exportation



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Cette variable ressort clairement de la figure 4.2. Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -0,698), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (kurtosis = -0,426), cela indique que la distribution des performances à l'exportation est moins plate que la distribution de la distribution normale concentrée. Par conséquent, la

distribution est platykurtique. Dans l'ensemble, cette distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir figure 4.2).

4.2. Traitement des variables exogènes

4.2.1. Traitement des variables liées à l'entrepreneur

En référence au tableau 4.2, nous étudions les variables de formation des entrepreneurs. Sa valeur moyenne est de 4,04 et son écart-type est de 0,912. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour toutes les observations, les entrepreneurs sont hautement qualifiés (le niveau d'éducation est le 3e cycle) près de la valeur « 5 » (mode = 5). Il y a une forte concentration. Cette variable ressort clairement de la figure (3.3).

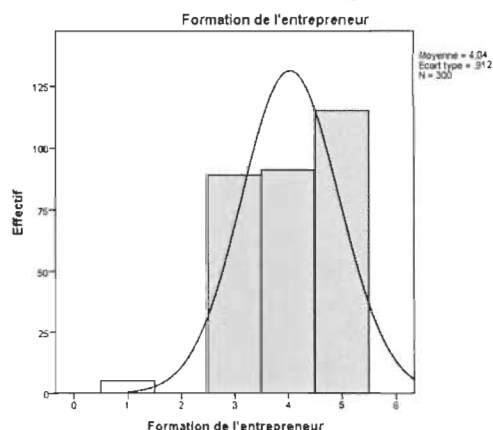
Tableau 4.2 : Analyse descriptives des variables liées à l'entrepreneur

		FE	OIE
N	Valide	300	300
	Manquante	0	0
Moyenne		4,04	4,17
Médiane		4,00	4,00
Mode		5	5
Ecart-type		0,912	0,974
Asymétrie		-0,606	-0,996
Erreur std. d'asymétrie		0,141	0,141
Aplatissement		0,065	0,407
Erreur std. d'aplatissement		0,281	0,281
Intervalle		4	4
Minimum		1	1
Maximum		5	5
Centiles	25	3,00	3,00
	50	4,00	4,00
	75	5,00	5,00

Note : Formation de l'entrepreneur (FE) ; Orientation internationale de l'entrepreneur (OIE)

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Figure 4.3 : Diagramme de la formation de l'entrepreneur



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -0,606), donc la distribution s'étend vers la gauche. Concernant le kurtosis (kurtosis = 0,065), cela indique que la distribution formée par les entrepreneurs est plus nette que la distribution réduite par la distribution normale concentrée. La distribution est allégée. Cependant, cette distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.3).

Nous étudierons la variable orientation internationale d'entrepreneur. Par rapport aux résultats du tableau 4.3, sa valeur moyenne est de 4,17 et l'écart type est de 0,974, ce qui est très grand. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur « 5 » (mode = 5), et les entrepreneurs sont entre 80% et 100% à l'international très intégrés dans le positionnement. Cette variable est clairement visible dans la figure (4.4). Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -0,996), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (Kurtosis = 0,407), cela indique que la distribution de l'orientation internationale des entrepreneurs est moins plate que la distribution normale concentrée. Cette distribution est appelée platykurtique. En général, cette distribution ne permet pas de vérifier l'hypothèse de normalité (voir Figure 4.4).

Figure 4.4 : Diagramme d'Orientation internationale de l'entrepreneur



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Nous essayons dans cette sous partie d'analyser une série des variables d'informations générales tels qu'âge, genre, expérience et nombre d'employé. En plus, nous analysons la motivation pour la localiser dans le marché international.

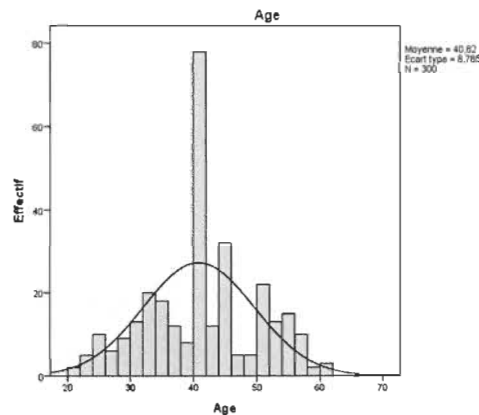
En référence au tableau 4.3, nous avons étudié la variable d'âge. Sa durée de vie moyenne est de 40,82 ans et l'écart type est de 8,785. Toutes les valeurs sont comprises entre 21 et 60. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration vers 40 ans (diplômé = 40 ans). Cela peut être clairement vu dans la figure 3.11 de cette variable.

Tableau 4.3 : Analyse descriptives des Informations Générales

		Age	Genre	Expérience	Nombre d'Employé	Motivation pour la localiser dans le marché international
N	Valide	300	300	300	300	300
	Manquante	0	0	0	0	0
Moyenne		40,82	,47	7,12	16,15	4,59
Médiane		40,00	,00	6,00	15,00	4,00
Mode		40	0	6	15	3
Ecart-type		8,785	,500	3,961	6,771	2,068
Variance		77,176	,250	15,691	45,840	4,276
Asymétrie		,002	,121	,835	,248	,249
Erreur std. d'asymétrie		,141	,141	,141	,141	,141
Aplatissement		-,528	-1,999	,503	-,798	-1,185
Erreur std. d'aplatissement		,281	,281	,281	,281	,281
Intervalle		39	1	21	33	7
Minimum		21	0	1	2	1
Maximum		60	1	22	35	8
Centiles	25	35,00	,00	5,00	11,00	3,00
	50	40,00	,00	6,00	15,00	4,00
	75	45,75	1,00	10,00	22,00	6,00

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = 0,002), donc la distribution s'incline pour s'étendre vers la droite. En ce qui concerne le kurtosis (kurtosis = -0,528), cela indique que la distribution par âge est plus plate que la distribution par âge réduite par la distribution normale centrée. La distribution est allégée. Par conséquent, cette distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.5).

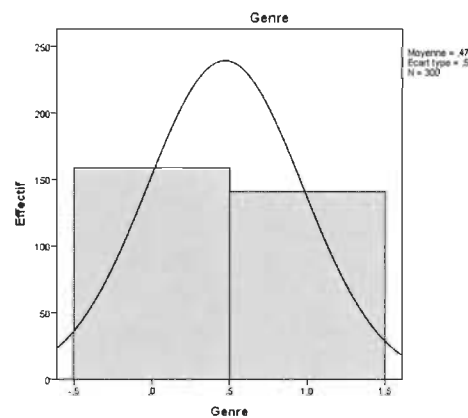
Figure 4.5 : Diagramme d'âge

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Pour la variable genre, la moyenne est de 0,47 et l'écart type est de 0,500. Toutes les valeurs sont comprises entre 0 et 1. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur «0» (mode = 0) où la plupart des entrepreneurs sont des hommes. Cela ressort clairement de la figure 4.12 des variables en question. Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = 0,121), donc la distribution s'incline pour s'étendre vers la droite. Concernant l'aplatissement (Kurtosis = -1,999), cela indique que la distribution de ce genre est moins

plate que la distribution de la distribution normale concentrée. Cette distribution est appelée platykurtique. En général, cette distribution ne permet pas de vérifier l'hypothèse de normalité (voir Figure 4.6).

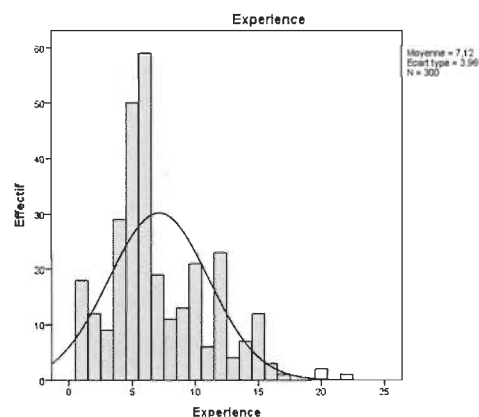
Figure 4.6 : Diagramme du genre



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Examinez maintenant la valeur d'expérience du tableau 4.3. La moyenne est de 7,12, soit une différence de 3,961. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 22. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur «6» (modèle 6) où les entrepreneurs ont plus de 6 ans d'expérience. Cela ressort clairement de la figure 4.7 des variables en question. Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = 0,835), donc la distribution s'incline pour s'étendre vers la droite.

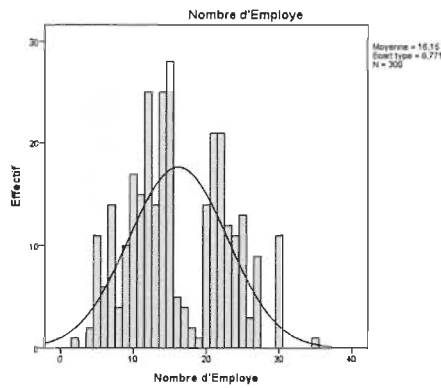
Figure 4.7 : Diagramme de la variable expérience



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Concernant l'aplatissement (kurtosis = 0,503), cela indique que la distribution de cette expérience est moins plate que la distribution de la distribution normale concentrée. Cette distribution est appelée platykurtique. Dans l'ensemble, la distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.8).

Figure 4.8 : Diagramme de la variable Nombre d'Employé

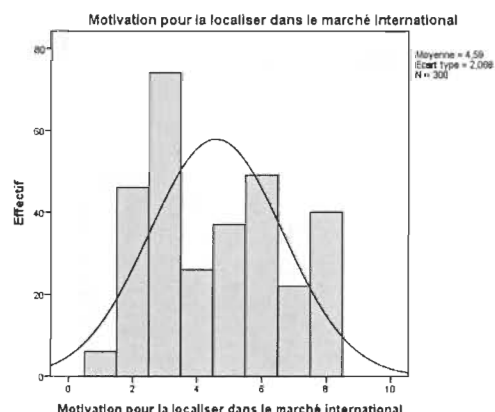


Source : calcul de l'auteur de la base de données

Pour la variable « nombre d'employés » et se référer au même tableau 4.5, la valeur moyenne de cette variable est 16,15, et l'écart type significatif est 6,771. Toutes les valeurs sont comprises entre 2 et 35. Pour 300 observations, il y a une forte concentration autour de la valeur "15" (mode = 15), et les entrepreneurs comptent environ 15 employés. D'après la figure, il est évident que cette variable est 3,14. Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = 0,248), donc la distribution a tendance à s'étendre vers la droite. Concernant l'aplatissement (Kurtosis = -0,798), cela indique que la distribution du nombre d'employés est moins plate que la distribution normale centrale réduite. Par conséquent, la distribution est platykurtique. Dans l'ensemble, cette distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.8).

En nous référant au même tableau 4.3, nous avons finalement étudié les variables de motivation pour les positionner sur le marché international. La moyenne est de 4,59 et l'écart type est de 2,068. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 8. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur 3 (mode = 3), et les entrepreneurs sont motivés par la motivation de nouveaux partenaires. Cela ressort clairement de la figure 4.14 de cette variable. Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = 0,249), donc la distribution s'incline pour s'étendre vers la droite. Concernant le kurtosis (kurtosis = -1.185), cela montre que la distribution des motivations pour le positionner sur le marché international est plus plate que la distribution de la distribution normale centrale réduite. Cette distribution est appelée corps maigre. En général, cette distribution ne permet pas de vérifier l'hypothèse de normalité (voir Figure 4.9).

Figure 4.9 : Diagramme de la variable Motivation pour la localiser dans le marché international



Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.2.2. Traitement des variables internes de l'entreprise

Cette variable est formée de trois items : Technologie et l'innovation, Qualification des compétences humaine et Richesse des sources d'information. Nous étudions la variable Technologie et l'innovation. Reportez-vous au tableau 4.4, sa valeur moyenne est de 4,20 et son écart type est de 0,767. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur «4» (mode 4), et les entrepreneurs décident d'innover entre 60% et 80%. Cette variable ressort clairement de la figure 4.10.

Tableau 4.4 : Analyses descriptives des variables internes de l'entreprise

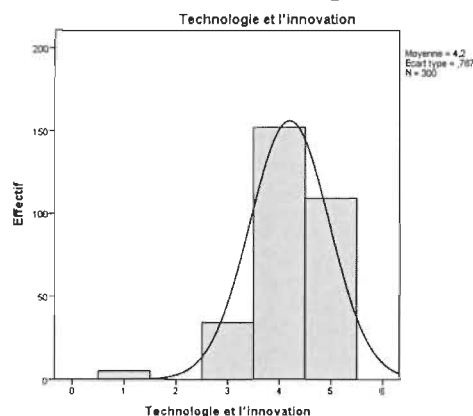
		Technologie et l'innovation	Qualification des compétences humaine	Richesse des sources d'information
N	Valide	300	300	300
	Manquante	0	0	0
Moyenne		4,20	4,41	4,11
Médiane		4,00	5,00	4,00
Mode		4	5	4
Ecart-type		0,767	0,777	0,737
Asymétrie		-1,253	-1,729	-1,179
Erreur std. d'asymétrie		0,141	0,141	0,141
Aplatissement		3,269	4,411	3,603
Erreur std. d'aplatissement		0,281	0,281	0,281
Intervalle		4	4	4
Minimum		1	1	1
Maximum		5	5	5
Centiles	25	4,00	4,00	4,00
	50	4,00	5,00	4,00
	75	5,00	5,00	5,00

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -1,253), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (kurtosis = 3,269), cela indique que la distribution de

la technologie et de l'innovation est moins plate par rapport à la distribution normale centrale réduite. Cette distribution est appelée platykurtique. Dans l'ensemble, la distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.10).

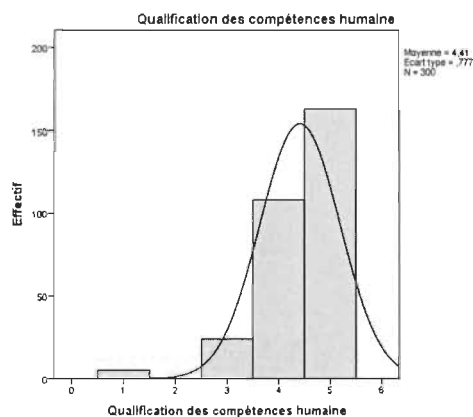
Figure 4.10 : Diagramme de la variable Technologie et l'innovation



Source : calcul de l'auteur de la base de données

En se référant au tableau 4.4, la valeur moyenne de la variable de qualification des compétences humaines est de 4,41 et l'écart type est de 0,777. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur " 5 " (mode 5), où l'ancienneté moyenne des salariés est comprise entre 60% et 80%. Cette variable ressort clairement de la figure 4.11.

Figure 4.11 : Diagramme de la variable Qualification des compétences humaine

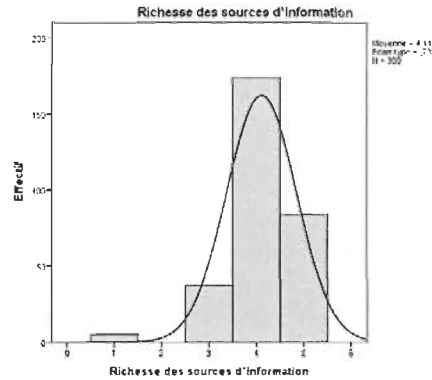


Source : calcul de l'auteur de la base de données

Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -1,729), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (kurtosis = 4,411), cela indique que la distribution des qualifications techniques humaines est moins plate par rapport à la distribution normale centrale réduite. Cette distribution est appelée platykurtique. En général, cette distribution ne permet pas de vérifier l'hypothèse de normalité (voir figure 4.11).

Examinez maintenant la richesse des sources d'information du tableau 4.4. La valeur moyenne est de 4,11 et l'écart est de 0,737. Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur «4» (mode 4), dans laquelle les entrepreneurs ont enrichi 60% à 80% des informations de marché.

Figure 4.12 : Diagramme de la variable Richesse des sources d'information



Cette variable ressort clairement de la figure 4.7. Le coefficient d'asymétrie est négatif (asymétrie = -1,179), donc la distribution s'étend vers la gauche Source : calcul de l'auteur de la base de données

. Concernant le kurtosis (kurtosis = 3.603), cela indique que la distribution de richesse de la source d'information est moins plate que la distribution normale centrale centralisée. Cette distribution est appelée platykurtique. Dans l'ensemble, la distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.12).

4.2.3. Traitement des variables externes

Cette variable est formée de trois items : Demande du marché, Compétitivité et Taux de change. Nous allons commencer par étudier la variable Demande du marché. Par rapport aux résultats du tableau 4.5, sa valeur moyenne est de 3,92 et l'écart type de 0,800, ce qui est très important.

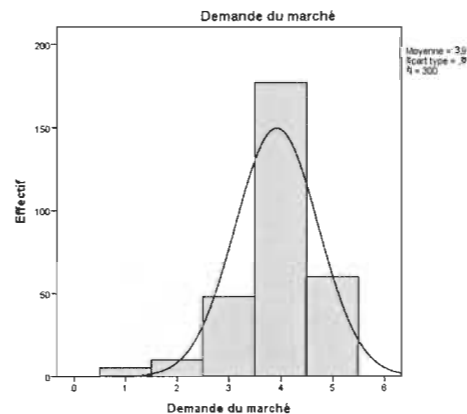
Toutes les valeurs sont comprises entre 1 et 5. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur "4" (mode = 4), et les entrepreneurs exporteront en fonction des produits nationaux. Les contributions à la demande du marché sont exportées. Cette variable ressort clairement de la figure 4.13.

Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = -1,046), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (Kurtosis = 2,121), cela indique que la distribution de la demande sur le marché est plus plate que la demande réduite dans la distribution normale centralisée. Cette distribution est appelée platykurtique. En général, cette distribution ne permet pas de vérifier l'hypothèse de normalité (voir Figure 4.13).

Tableau 4.5 : Analyse descriptives du Traitement des variables externes

		Demande du marché	Compétitivité	Taux de change
N	Valide	300	300	300
	Manquante	0	0	0
Moyenne		3,92	4,17	2,306
Médiane		4,00	4,00	3,257
Mode		4	5	3,257
Ecart-type		,800	0,944	1,229
Asymétrie		-1,046	-0,826	-0,598
Erreur std. d'asymétrie		,141	0,141	0,141
Aplatissement		2,121	0,104	-1,468
Erreur std. d'aplatissement		,281	0,281	0,281
Intervalle		4	4	3,236
Minimum		1	1	0,021
Maximum		5	5	3,257
Centiles	25	4,00	3,00	1,00
	50	4,00	4,00	3,257
	75	4,00	5,00	3,257

Source : calcul de l'auteur de la base de données

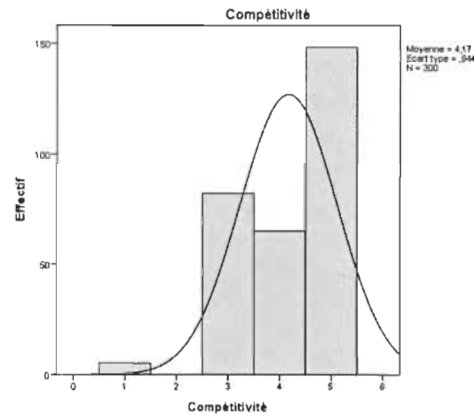
Figure 4.13 : Diagramme de la variable Demande du marché

Source : calcul de l'auteur de la base de données

En se référant au tableau 4.5, la valeur moyenne de la variable de compétitivité est de 4,17 et l'écart type est de 0,944. Un ensemble de valeurs est compris entre 1 et 5. Pour toutes les observations, il existe une zone très concentrée près de la valeur «4» (mode 4), où la satisfaction du marché international à l'égard des produits nationaux est de 60% Entre et 80%. Cette variable ressort clairement de la figure (4.14).

Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = -0,826), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne l'aplatissement (aplatissement = 0,104), cela indique que la planéité de la distribution de compétitivité n'est pas aussi faible que celle de la distribution normale centrale. Cette distribution est appelée platykurtique. En général, cette distribution ne permet pas de vérifier l'hypothèse de normalité (voir figure 4.14).

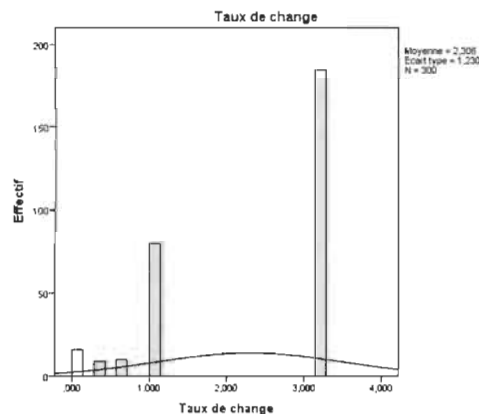
Figure 4.14 : Diagramme de la variable Compétitivité



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Examinez maintenant la variable « taux de change » du tableau 4.5. La moyenne est de 2 305 et l'écart est de 1 229. Toutes les valeurs sont comprises entre 0,021 et 3,257. Pour toutes les observations, il y a une forte concentration autour de la valeur «3,257» (modèle 3,257), où les entrepreneurs influencent leur décision d'exporter vers les pays européens. Cette variable ressort clairement de la figure 4.15.

Figure 4.15 : Diagramme de la variable Taux de change



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Le coefficient d'asymétrie est positif (asymétrie = -0,598), donc la distribution s'étend vers la gauche. En ce qui concerne le kurtosis (Kurtosis = -1,468), cela indique que la distribution du taux de change n'est pas aussi plate que la distribution du taux de change de la distribution normale centrale réduite. Cette distribution est appelée platykurtique. Dans l'ensemble, la distribution ne satisfait pas l'hypothèse de normalité (voir la figure 4.15).

Dans l'ensemble, et pour les 300 entreprises choisis, il existe une différence considérable dans les réponses des différents dirigeants concernant au sujet de l'exportation. Ces constatations

vont influencer sur les deux variables dépendantes soit à la décision à l'exportation ou à la performance de l'exportation.

4.3. Analyse multivariée des modèles d'exportation

Toutes les variables sélectionnées (variables liées aux variables internes de l'entrepreneur de l'entreprise, variables externes) sont des faits composés d'un ensemble d'éléments, et nous devons décomposer ces variables afin qu'elles puissent être utilisées pour estimer le modèle au niveau de ce chapitre.

Afin d'effectuer cette décomposition, nous nous basons sur l'analyse en composantes principales (ACP), et il est important de garantir les conditions suivantes :

- **Le coefficient alpha de Cronbach** : Par conséquent, la fidélité (fiabilité) du score du test peut être estimée. Proposé par Lee Cronbach en 1951, le coefficient α peut être considéré comme un résumé de la variable continue de la formule de Kuder-Richardson 20 (KR-20) de l'item dichotomique.
- **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)** : Indiquez dans quelle mesure les variables sélectionnées forment un tout cohérent et mesurent pleinement un concept. Elle teste si les corrélations partielles entre les variables sont faibles. Des valeurs de KMO comprises entre 0,3 et 0,7 représentent des solutions factorielles acceptables.

4.3.1. Analyse du modèle « Variables liées à l'entrepreneur »

4.3.1.1. Matrice de corrélation et validation

Premièrement, nous devons nous assurer que la corrélation entre les différents projets est minimale. Pour cela, regardons la matrice de corrélation (tableau 4.6). Dans ces informations détaillées, nous pouvons voir que, à l'exception de quelques éléments, tous les autres éléments ne sont pas liés les uns aux autres.

Tableau 4.6 : Matrice de corrélation ^a

		Formation de l'entrepreneur	Orientation internationale de l'entrepreneur
Corrélation	Formation de l'entrepreneur	1,000	0,479
	Orientation internationale de l'entrepreneur	0,479	1,000
Signification (unilatérale)	Formation de l'entrepreneur		0,000
	Orientation internationale de l'entrepreneur	0,000	

a. Déterminant = ,771

Source : calcul de l'auteur de la base de données

En revanche, l'indice KMO (tableau 4.7) est de 0,5. Par conséquent, il nous indique la corrélation entre les éléments de qualité moyenne. Ensuite, le résultat du test de sphéricité de Bartlett est significatif ($p < 0,0005$). Par conséquent, nous pouvons rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle la factorisation est triviale. Toutes les corrélations ne sont pas nulles. Ensuite, nous pouvons continuer l'analyse.

Tableau 4.7 : Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.	0,500
Khi-deux approximé	77,494
Test de sphéricité de Bartlett	ddl
Signification de Bartlett	0,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.3.1.2. La fiabilité

L'étape nécessaire est de savoir si tous les éléments sélectionnés ont une forte corrélation et s'ils ont une bonne fiabilité. Cependant, les résultats du tableau 4.8 montrent que nous n'avons pas une telle fiabilité ($\alpha_{\text{Cronbach}} = 0,648 < 0,7$). Toutefois, nous pouvons accepter un tel résultat vu les différences considérables entre les différentes entreprises en termes de taille et de personnel. Donc nous allons factoriser ces items dans un seul facteur commun par l'ACP.

Tableau 4.8 : Le test de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
0,647	0,648	2

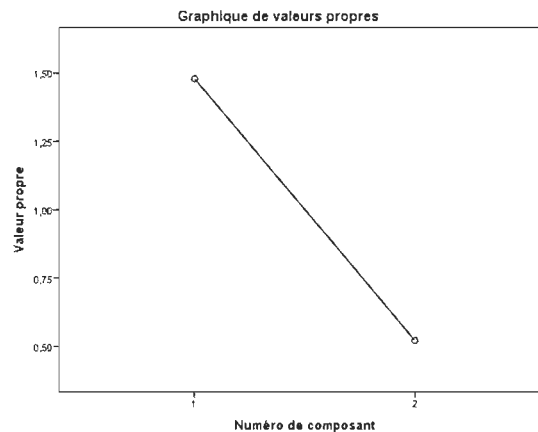
Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.3.2.3. Variance totale

L'"*eigenvalue*" ou "Règle de valeur caractéristique" > 1 (règle de Kaiser-Guttman) : La valeur caractéristique représente la quantité d'informations capturées par le facteur. Les facteurs dont les valeurs propres sont inférieures à 1 représentent moins d'informations que les items simples.

La première chose qu'elle produit est la carte des valeurs propres, qui montre les valeurs propres liées aux facteurs par ordre d'importance. La première est toujours la valeur propre associée à la plus grande, qui est considérée comme la plus importante car elle représente beaucoup d'informations. Nous choisissons l'analyse en composantes principales (ACP) car elle peut expliquer la majeure partie de la variance avec les plus petits facteurs. Ensuite, il faut choisir le nombre de facteurs communs à extraire. À cette fin, nous avons analysé le tableau des variances expliquées totales.

Figure 4.16 : Les valeurs propres



Source : calcul de l'auteur de la base de données

En regardant la deuxième colonne (tableau 4.9), du point de vue de la fiabilité ci-dessus, nous voyons que les valeurs propres des deux facteurs sont toutes deux supérieures à 1. De plus, le premier facteur n'a récupéré que 74% des informations mondiales à améliorer. Et le second explique 26% de la même variance. Par conséquent, ces résultats confirment la corrélation entre les deux éléments discutés.

Tableau 4.9 : La variance totale expliquée

Composante		Valeurs propres initiales		
		Total	% de la variance	% cumulés
dimension	1	1,479	73,944	73,944
	2	0,521	26,056	100,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.3.1.4. Matrice des coefficients après rotation

Afin d'obtenir une représentation factorielle plus simple, nous avons effectué une rotation VARIMAX. Ce type de rotation préserve l'orthogonalité (indépendance) entre les facteurs. Nous avons remarqué cette fois que la distribution des variables sur différents facteurs est bien meilleure. De plus, après avoir effectué la rotation, la différence entre les corrélations est plus grande.

Tableau 4.10 : Matrice des composantes après rotation

	Composante	
	1	2
Formation de l'entrepreneur	0,247	0,969
Orientation internationale de l'entrepreneur	0,969	0,247

Source : calcul de l'auteur de la base de données

À partir du tableau 4.10, nous remarquons d'abord que le deuxième élément « Direction internationale de l'entrepreneur » est manifestement saturé dans le premier facteur.

En conclusion, les items neaturent pas de façon importante sur toutes les composantes.

4.4. Analyse du modèle « Variables internes de l'entreprise »

4.4.1. Matrice de corrélation et validation

Nous devons nous assurer que la corrélation entre les différents projets est minimale. Pour cela, nous regardons la matrice de corrélation (tableau 4.11). Dans ces informations détaillées, nous pouvons voir que la corrélation entre tous les items est très faible.

Tableau 4.11 : Matrice de corrélation ^a

		Technologie et l'innovation	Qualification des compétences humaine	Richesse des sources d'information
Corrélation	Technologie et l'innovation	1,000	0,237	0,388
	Qualification des compétences humaine	0,237	1,000	-,095
	Richesse des sources d'information	0,388	-,095	1,000
Signification (unilatérale)	Technologie et l'innovation		0,000	0,000
	Qualification des compétences humaine	0,000		0,051
	Richesse des sources d'information	0,000	0,051	

a. Déterminant = ,767

Source : calcul de l'auteur de la base de données

L'indice KMO (tableau 4.12) est de 0,608 > 0,5. Par conséquent, cela nous indique que la corrélation entre les projets est bonne. Ensuite, le résultat du test de sphéricité de Bartlett est significatif ($p < 0,0005$). Par conséquent, nous pouvons rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle il n'y a pas d'importance. Toutes les corrélations ne sont pas nulles. Ensuite, nous pouvons continuer l'analyse.

Tableau 4.12 : Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.	0,608
Khi-deux approximé	78,712
Test de sphéricité de Bartlett ddl	3
Signification de Bartlett	0,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.4.2. La fiabilité

Les résultats du tableau 4.13 montrent que la fiabilité est acceptable ($\alpha_{\text{Cronbach}} = 0,691 \approx 0,7$). Par conséquent, l'ACP est en fait autorisé à décomposer ces items en un facteur commun.

Tableau 4.13 : Le test de fiabilité

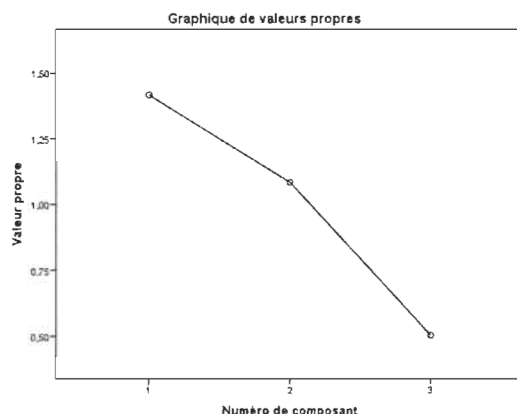
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
0,691	0,691	3

Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.4.3. Variance totale

Puisque nous recherchons l'importance de la valeur de caractéristique liée à la caractéristique de la figure 4.11, la première est toujours la valeur de caractéristique liée à la plus grande. Elle est considérée comme la plus importante car elle représente beaucoup d'informations.

Figure 4.17 : Les valeurs propres



Source : calcul de l'auteur de la base de données

Tableau 4.14 : La variance totale expliquée

Composante		Valeurs propres initiales		
		Total	% de la variance	% cumulés
Dimension	1	1,417	47,224	47,224
	2	1,083	36,112	83,335
	3	,500	16,665	100,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

En regardant la deuxième colonne (tableau 4.14), nous voyons que les valeurs propres des deux facteurs sont toutes deux supérieures à 1. Ensuite, analysez-le. Seul le premier facteur explique 47,224% de la variance totale et le second facteur 36,112% de la même variance. En revanche, le troisième facteur explique 16,665%.

Le résultat de la rotation de "Varimax" est en fait, plus précisément, le support de la taille afin d'expliquer et d'exprimer les variables. Nous obtenons les catégories suivantes :

Tableau 4.15 : Matrice des composantes après rotation

	Composante	
	1	2
Technologie et l'innovation	0,783	0,403
Qualification des compétences humaine	-0,003	0,952
Richesse des sources d'information	0,874	-0,233

Source : calcul de l'auteur de la base de données

À partir du tableau 4.15, nous remarquons d'abord que le premier facteur « technologie et innovation » est significativement saturé. Ensuite, l'item « Qualification des compétences

humaine » sature sur le deuxième facteur. Puis, « Richesse des sources d'information » sature sur la première composante.

4.5. Analyse du modèle « Variables externes »

4.5.1. Matrice de corrélation et validation

Nous rappelons que nous ne considérerons que les deux premiers items de cette variable car ils ont le même type d'échelle. En revanche, nous conservons le « taux de change » final comme variable exogène non convertie. De même, nous devons nous assurer que la corrélation entre les différents projets est minimale. Pour cela, nous regardons la matrice de corrélation (tableau 4.16). Dans ces informations détaillées, nous pouvons voir que, à l'exception de quelques éléments, tous les autres éléments ne sont pas liés les uns aux autres.

Tableau 4.16 : Matrice de corrélation ^a

		Demande du marché	Compétitivité
Corrélation	Demande du marché	1,000	0,039
	Compétitivité	0,039	1,000
Signification (unilatérale)	Demande du marché		0,248
	Compétitivité	0,248	

a. Déterminant = ,998

Source : calcul de l'auteur de la base de données

En revanche, l'indice KMO (tableau 4.17) est de 0,5. Par conséquent, cela nous indique que la corrélation entre les éléments est de qualité moyenne. Ensuite, le résultat du test de sphéricité de Bartlett est significatif ($p < 0,0005$). Par conséquent, nous pouvons rejeter l'hypothèse nulle sans importance. Toutes les corrélations ne sont pas nulles. Ensuite, nous pouvons continuer l'analyse.

Tableau 4.17 : Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,500
Khi-deux approximé		0,464
Test de sphéricité de Bartlett	ddl	1
	Signification de Bartlett	0,496

Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.5.2. La fiabilité

L'étape nécessaire est de savoir si tous les éléments sélectionnés ont une forte corrélation et s'ils ont une bonne fiabilité. Cependant, les résultats du tableau 4.18 montrent que nous n'avons pas une telle fiabilité (α Cronbach = 0,676 $< 0,7$). Cependant, au vu des caractéristiques des échantillons étudiés, nous convenons que l'ACP décomposera ces items en un facteur commun.

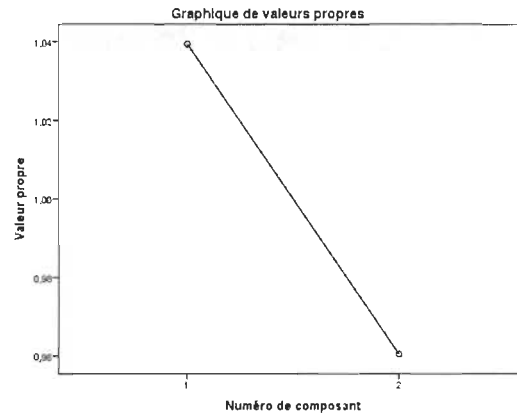
Tableau 4.18 : Le test de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
0,675	0,676	2

Source : calcul de l'auteur de la base de données

4.5.3. Variance totale

Reportez-vous à la règle de Kaiser-Guttman: la valeur caractéristique représente la quantité d'informations captées par le facteur. Par conséquent, les facteurs dont les valeurs propres sont inférieures à 1 représenteront moins d'informations que les termes simples.

Figure 4.18 : Les valeurs propres

Source : calcul de l'auteur de la base de données

La première chose qu'elle produit est la carte des valeurs propres, qui montre les valeurs propres liées aux facteurs par ordre d'importance. La première est toujours la valeur propre associée à la plus grande, qui est considérée comme la plus importante car elle représente beaucoup d'informations.

Nous choisissons l'analyse en composantes principales (ACP) car elle peut expliquer la majeure partie de la variance avec les plus petits facteurs. Ensuite, il faut choisir le nombre de facteurs communs à extraire. À cette fin, nous avons analysé le tableau des variances expliquées totales.

Tableau 4.19 : La variance totale expliquée

Composante		Valeurs propres initiales		
		Total	% de la variance	% cumulés
dimension	1	1,039	51,974	51,974
	2	0,961	48,026	100,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

En regardant la deuxième colonne (tableau 4.19), du point de vue de la fiabilité ci-dessus, nous voyons que les valeurs propres des deux facteurs sont toutes deux supérieures à 1. De

plus, le premier facteur ne restaure que 51,974% de l'information globale supposée être la moyenne. Et le second explique 48,026% de la même variance.

4.5.4. Matrice des coefficients après rotation

Afin d'obtenir une représentation factorielle plus simple, nous avons effectué une rotation VARIMAX. Ce type de rotation préserve l'orthogonalité (indépendance) entre les facteurs. Cette fois, nous avons remarqué que la distribution des variables sur différents facteurs est bien meilleure. De plus, l'écart entre les corrélations est plus élevé une fois que la rotation a été effectuée.

Tableau 4.20 : Matrice des composantes après rotation

	Composante	
	1	2
Demande du marché	0,020	1,000
Compétitivité	1,000	0,020

Source : calcul de l'auteur de la base de données

À partir du tableau 4.20, nous remarquons d'abord que la deuxième « compétitivité » est significativement saturée sur le premier facteur. Ensuite, la « demande du marché » du projet a atteint sa saturation sur le deuxième facteur.

4.6. Analyse multivariée des modèles d'exportation

Les estimations fournies dans les sous-sections suivantes sont liées à l'échantillon global et aux deux modèles utilisés pour mesurer la prise de décision à l'exportation et la performance à l'exportation pour expliquer les variables qui auront des effets directs ou indirects.

4.6.1. Test d'hétéroscédasticité

En statistique, lorsque la variance résiduelle de la variable vérifiée est différente, nous l'appelons hétéroscédasticité. Ce concept vient du grec et se compose du préfixe isoter- ("autre") et skedase ("dissipation"). S'il existe des sous-variables avec des sous-populations différentes d'autres variables, l'ensemble des variables aléatoires est hétéroscédastique.

Le test indique s'il existe une relation homogène ou une relation hétérogène entre le groupe de diplômés et la règle du test indique si la probabilité de rejeter H_0 est inférieure à 5%.

À partir du tableau 4.21, nous constatons que la probabilité statistique du chi carré du test de Breusch-Pagan des deux modèles est inférieure à 5%. Cela nous amène à rejeter l'hypothèse nulle d'uniformité de l'échantillon et à soutenir l'hétérogénéité.

Tableau 4.21 : Test d'hétéroscédasticité pour les deux modèles

Modèle	Décision à l'exportation	Performance à l'exportation
Chi 2 (1)	3.42	7.19
Prob > chi 2	0.0646	0.0073

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Cependant, dans l'analyse de régression, ces problèmes doivent être pris en compte en ajoutant l'option «Robust» sous Stata dans le processus de mise en œuvre de divers modèles d'estimation.

4.6.2. Résultats d'estimation

Fisher (1860-1962) a utilisé des niveaux de signification de 5% et 1% en 1925 et a institutionnalisé ces seuils p. Il suggéra de donner à $p = 0,05$ son statut spécial dans son fameux livre « Statistical methods for research workers » (1^{ère} édition, 1925)¹ « *The value for which $p=0,05$ is 1,96 or nearly 2, it is convenient to take this point as a limit in judging whether a deviation ought to be considered significant or not.* »

À partir de cette définition, nous choisissons d'expliquer le coefficient de chaque variable explicative, qui reflète la force de la relation entre la variable explicative et la variable dépendante et le type de relation. Lorsque le signe associé au coefficient est négatif, la relation est négative ; lorsque le signe est positif, la relation est positive. Ensuite, à un niveau de confiance de 95%, une valeur p inférieure à 0,05 indique une hétéroscédasticité statistiquement significative.

4.6.2.1. Modèle Décision à l'exportation

Nous utilisons le modèle polynomial Probit pour étudier l'influence de différentes variables de factorisation sur la « décision dérivée » de la variable et lancer une analyse multivariée. Cependant, nous commencerons par introduire la matrice de corrélation de Spearman dans le tableau 4.22.

A partir de ce tableau, nous observons la corrélation positive et significative entre Décision à l'exportation (DEXP) et Variables internes de l'entreprise (VIE), Taux de change (TCH) et motivation pour la localiser dans le marché international (Motivation). Toutefois, cette corrélation est négative et significative avec les Variables externes (VEX). Cependant il n'existe aucune corrélation significative avec les Variables liées à l'entrepreneur (VLE), age, genre, nombre des années d'expérience (expérience) et le nombre des employer.

¹ Fisher RA: Statistical Methods for Research Workers, 12 th edition. Edinburgh: Oliver and Boyd, 1954: 339p.

Tableau 4.22 : Matrice de corrélation de Spearman pour la décision à l'exportation

	DEXP	VLE	VIE	VEX	TCH	AGE	GENRE	EXPERIENCE	EMPLOYES	MOTIV
DEXP	1,000									
VLE	-0,093	1,000								
	0,109									
VIE	0,400	-0,293	1,000							
	0,000	0,000								
VEX	-0,278	-0,071	-0,410	1,000						
	0,000	0,219	0,000							
TCH	0,115	0,108	-0,052	-0,027	1,000					
	0,046	0,061	0,372	0,643						
AGE	-0,053	-0,110	0,091	-0,026	-0,146	1,000				
	0,363	0,058	0,116	0,658	0,011					
GENRE	-0,136	0,113	-0,071	-0,022	-0,019	0,085	1,000			
	0,018	0,051	0,223	0,701	0,749	0,140				
EXPERIENCE	-0,140	0,139	-0,092	0,039	-0,127	0,454	0,131	1,000		
	0,016	0,016	0,113	0,499	0,029	0,000	0,024			
EMPLOYES	-0,030	-0,152	0,045	0,006	-0,226	0,042	-0,128	-0,081	1,000	
	0,610	0,008	0,439	0,924	0,000	0,465	0,027	0,163		
MOTIVATION	0,116	0,064	-0,108	-0,023	0,472	-0,049	0,060	-0,092	0,053	
	0,045	0,266	0,062	0,696	0,000	0,401	0,302	0,111	0,358	1,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Nous passons dans ce qui suit à présenter les résultats d'estimation du modèle 1 par l'approche Probit multinomiale avec correction du problème d'hétéroscédasticité. Plus précisément, nous présentons les effets marginaux de l'ensemble des variables explicatives. Les résultats sont présentés dans le tableau 4.23 ci-dessous. En effet, nous observons l'effet de la majorité des variables pour la majorité des niveaux de 1 à 5.

Nous remarquons que pour les niveaux 1 et 2 on n'a pas de résultat puisque le nombre de réponses est faible et ne permet pas de dégager des estimations efficaces, comme c'est bien présenté dans l'annexe.

Concernant, la variable Variables liées à l'entrepreneur (VLE), nous observons la significativité de tous les niveaux mais avec des signes différents où les degrés 4 et 5 agissent d'une façon négative sur la décision d'exportation (DEXP). Toutefois, le niveau 3 veut l'impacter positivement.

Au niveau des Variables internes de l'entreprise (VIE), tous les niveaux sont significatifs. En effet, les degrés 3 et 5 agissent positivement sur DEXP et le degré 4 affecter négativement sur DEXP. Au niveau des Variables externes de l'entreprise (VEX), tous les niveaux sont significatifs. En effet, le degré 3 agisse positivement sur DEXP et les degrés 4 et 5 affectés négativement sur DEXP.

Tableau 4.23 : Estimation des effets marginaux du modèle décision à l'exportation

Niveau DEXP		dy/dx	Std. Err.	z	P> z	95% Conf. Interval	
VLE	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.2291427	.0347577	6.59	0.000	.1610188	.2972665
	4	-.1348017	.0188258	-7.16	0.000	-.1716997	-.0979038
	5	-.0943409	.0289792	-3.26	0.001	-.1511391	-.0375427
VIE	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.0856596	.0257539	3.33	0.001	.0351829	.1361363
	4	-.4131552	.0337772	-12.23	0.000	-.4793573	-.3469531
	5	.3274956	.0291661	11.23	0.000	.2703311	.38466
VEX	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.2987061	.0286806	10.41	0.000	.2424931	.354919
	4	-.2332692	.0273019	-8.54	0.000	-.2867798	-.1797585
	5	-.0654369	.0312016	-2.10	0.036	-.126591	-.0042829
TCH	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	-.0473636	.0231022	-2.05	0.040	-.092643	-.0020841
	4	.033476	.0166412	2.01	0.044	.0008598	.0660921
	5	.0138876	.022454	0.62	0.536	-.0301214	.0578966
AGE	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.0029228	.0014912	1.96	0.025	.0000001	.0058456
	4	.0019947	.0006999	2.85	0.002	.0006229	.0033665
	5	-.000928	.0027236	-0.34	0.733	-.0062662	.0044101
GENRE	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.0290401	.0460972	0.63	0.529	-.0613087	.119389
	4	.0789239	.0338621	2.33	0.020	.0125553	.1452925
	5	-.107964	.0431945	-2.50	0.012	-.1926236	-.0233044
EXPERIENCE	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.0005625	.0067675	0.08	0.934	-.0127016	.0138266
	4	.0016513	.0007753	2.13	0.017	.0001317	.0031709
	5	.0022137	.0009461	2.34	0.010	.0003593	.0040681
EMPLOYES	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.0005501	.0035989	0.15	0.879	-.0065036	.0076038
	4	.0023446	.0025573	0.92	0.359	-.0026677	.0073569
	5	-.0028947	.0033826	-0.86	0.392	-.0095245	.0037352
MOTIVATION	1	0	(empty)				
	2	0	(empty)				
	3	.0116785	.0039322	2.97	0.001	.0039714	.0193856

	4	.0287022	.0089554	3.21	0.001	.0111523	.0462544
	5	.0403806	.0112709	3.58	0.000	.0182902	.0624711

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Au niveau de variable taux de change (TCH), tous les niveaux sont significatifs sauf le degré 5. En effet, le degré 3 agit négativement sur DEXP et le degré 4 affecte positivement sur DEXP. Au niveau de variable AGE, tous les niveaux sont significatifs sauf le degré 5. En effet, les degrés 3 et 4 agissent positivement sur DEXP. Concernant la variable genre tous les niveaux sont significatifs sauf le degré 3. En effet, le degré 5 agit négativement sur DEXP et le degré 4 affecte positivement sur DEXP.

Au niveau de variable nombre des années d'expérience, tous les niveaux sont significatifs sauf le degré 3. En effet, les degrés 4 et 5 agissent positivement sur DEXP. Pour la variable nombre des employés tous les niveaux sont non significatifs. Et pour finir, la variable motivation pour la localiser dans le marché international (Motivation) tous les niveaux sont significatifs. En fait, tous les degrés agissent positivement sur DEXP.

4.6.2.2. Modèle Performance à l'exportation

Nous passons, dans ce qui suit, à l'analyse multivariée pour étudier l'effet des différentes variables factorisées sur la variable « Performance à l'exportation » en appliquant le modèle Probit Multinomiale. Toutefois, nous allons commencer par présenter la matrice de corrélation de Spearman dans le tableau (4.24).

Tableau 4.24 : Matrice de corrélation de Spearman pour la performance à l'exportation

	PEXP	VLE	VIE	VEX	TCH	AGE	GENRE	EXPERIENCE	EMPLOYES	MOTIVATION
PEXP	1,000									
VLE	-0,310 0,000	1,000								
VIE	0,655 0,000	-0,293 0,000	1,000							
VEX	-0,237 0,000	-0,071 0,219	-0,410 0,000	1,000						
TCH	0,013 0,818	0,108 0,061	-0,052 0,372	-0,027 0,643	1,000					
AGE	0,104 0,072	-0,110 0,058	0,091 0,116	-0,026 0,658	-0,146 0,011	1,000				
GENRE	-0,096 0,098	0,113 0,051	-0,071 0,223	-0,022 0,701	-0,019 0,749	0,085 0,140	1,000			
EXPERIENCE	-0,082 0,155	0,139 0,016	-0,092 0,113	0,039 0,499	-0,127 0,029	0,454 0,000	0,131 0,024	1,000		
EMPLOYES	0,028 0,634	-0,152 0,008	0,045 0,439	0,006 0,924	-0,226 0,000	0,042 0,465	-0,128 0,027	-0,081 0,163	1,000	
MOTIVATION	-0,056 0,335	0,064 0,266	-0,108 0,062	-0,023 0,696	0,472 0,000	-0,049 0,401	0,060 0,302	-0,092 0,111	0,053 0,358	1,000

Source : calcul de l'auteur de la base de données

A partir de ce tableau, nous observons la corrélation positive et significative entre Performance à l'exportation (PEXP) et Variables internes de l'entreprise (VIE), Taux de change (TCH) et motivation pour la localiser dans le marché international (Motivation). Toutefois, cette corrélation est négative et significative avec les Variables externes (VEX). Cependant, il n'existe aucune corrélation significative avec les Variables liées à l'entrepreneur (VLE), AGE, genre, nombre des années d'expérience et nombre des employés.

Tableau 4.25 : Estimation des effets marginaux du modèle performance à l'exportation

Niveau PEX		dy/dx	Std. Err.	z	P> z	95% Conf. Interval	
VLE	1	0 (empty)					
	2	.1584235	.0254809	6.22	0.000	.1084818	.2083653
	3	.0213847	.0101317	2.11	0.035	.0015269	.0412425
	4	-.1798082	.0226186	-7.95	0.000	-.2241399	-.1354765
VIE	1	0 (empty)					
	2	-.1660847	.0189486	-8.76	0.000	-.2032233	-.128946
	3	-.4377477	.038009	-11.52	0.000	-.512244	-.3632514
	4	.6038323	.0344736	17.52	0.000	.5362653	.6713993
VEX	1	0 (empty)					
	2	.1564938	.0273446	5.72	0.000	.1028994	.2100883
	3	-.4357455	.0313714	-13.89	0.000	-.4972323	-.3742587
	4	.2792517	.0290942	9.60	0.000	.2222281	.3362752
TCH	1	0 (empty)					
	2	-.0370414	.0165718	-2.24	0.025	-.0695215	-.0045614
	3	.0003358	.0123009	0.03	0.978	-.0237736	.0244452
	4	.0367056	.0223513	1.64	0.101	-.0071022	.0805134
AGE	1	0 (empty)					
	2	.0031832	.0013431	2.37	0.000	.0005507	.0058157
	3	.0003999	.0001799	2.22	0.013	.0000473	.0007525
	4	.0035831	.0014448	2.48	0.007	.0007513	.00641491
GENRE	1	0 (empty)					
	2	.035709	.0338995	1.05	0.292	-.0307328	.1021508
	3	-.0114523	.0249812	-0.46	0.647	-.0604146	.03751
	4	-.0242567	.0422682	-0.57	0.566	-.1071009	.0585875
EXPERIENCE	1	0 (empty)					
	2	.0012478	.0005521	2.26	0.012	.00016568	.0023299
	3	.004874	.0015184	3.21	0.001	.00189794	.0078501
	4	.0061218	.0015538	3.94	0.000	.00307635	.0091673
EMPLOYES	1	0 (empty)					
	2	.0007742	.0024426	0.32	0.751	-.0040132	.0055615
	3	-.0016284	.002063	-0.79	0.430	-.0056718	.0024151
	4	.0008542	.0029841	0.29	0.775	-.0049946	.006703
MOTIVATION	1	0 (empty)					
	2	.0039307	.0015978	2.46	0.007	.000799	.0070624

	3	.0014749	.0006614	2.23	0.013	.0001786	.0027712
	4	.0054056	.0021974	2.46	0.007	.0010987	.0097125

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Nous passons dans ce qui suit à présenter les résultats d'estimation du modèle 2 par l'approche Probit multinomiale avec correction du problème d'hétéroscédasticité. Plus précisément, nous présentons les effets marginaux de l'ensemble des variables explicatives. Les résultats sont présentés dans le tableau 4.25 ci-dessous. En effet, nous observons l'effet de la majorité des variables pour la majorité des niveaux de 1 à 4. Nous remarquons que pour le niveau 1 on n'a pas de résultat puisque le nombre de réponses est faible et ne permet pas de dégager des estimations efficaces, comme c'est bien présenté dans l'annexe.

Concernant, la variable Variables liées à l'entrepreneur (VLE), nous observons la significativité de tous les niveaux mais avec des signes différents où les degrés 2 et 3 agissent d'une façon positive sur la performance d'exportation (PEXP). Toutefois, le niveau 4 va l'impacter négativement.

Au niveau des Variables internes de l'entreprise (VIE), tous les niveaux sont significatifs. En effet, les degrés 2 et 3 agissent négativement sur PEXP et le degré 4 va affecter positivement PEXP.

Au niveau des variables externes (VEX), tous les niveaux sont significatifs. En effet, les degrés 2 et 4 agissent positivement sur PEXP et le degré 3 va affecter négativement PEXP.

Concernant le taux de change (TCH) le deuxième niveau est significatif et agit négativement sur la performance d'exportation (PEXP) alors que les autres ne sont pas significatifs.

Au niveau de variable AGE, tous les niveaux sont significatifs. En effet, tous les degrés vont affecter positivement sur la performance d'exportation (PEXP).

Concernant les deux variables genre et nombre des employés sont non significatives. Cependant, les variables nombre des années d'expérience et motivation pour la localiser dans le marché international (Motivation) tous les niveaux sont significatifs et agissent positivement pour tous les degrés sur la performance d'exportation (PEXP).

Les défis auxquels font face les exportations sont surtout liées à la compréhension du marché visé par nos activités, à la commercialisation de produits uniques en concurrence avec les produits nationaux ou nationaux et à l'efficacité de la production. Afin de relever ces défis et de promouvoir le succès à l'exportation, nous nous appuyerons sur l'innovation pour garantir des produits uniques, la veille concurrentielle pour obtenir des informations stratégiques, des

études de marché pour les besoins des clients et la collaboration pour réduire l'incertitude et accélérer le développement de produits / services appropriés. Dans cette perspective, les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent contribuer à toutes ces activités en accélérant l'acquisition d'informations riches et pertinentes et en facilitant leur diffusion dans l'entreprise, en promouvant l'innovation et en permettant une coopération fructueuse entre différents partenaires.

Dans la deuxième partie du modèle, l'analyse de corrélation entre les facteurs clés de l'exportation montre que les facteurs clés de l'exportation sont positivement affectés par le degré d'innovation, le degré de coopération et les activités d'études de marché. En revanche, les variables que nous mesurons liées aux entrepreneurs sont insignifiantes ou ont un effet négatif sur la décision ou la performance à l'exportation des PME. Ce résultat surprend tant par la littérature que par l'intuition, ce qui permet de prévoir les différents avantages associés aux entrepreneurs.

Pour résumé, notre étude montre la significativité de la plus parts des variables indépendantes en relation avec les deux variables dépendantes de notre recherche (deux modèles d'étude). Le tableau (4.26) ci-dessus récapitule tous les principaux résultats que nous avons élaboré précédemment.

Tableau 4.26 : Estimation des effets de deux modèles

Variables	Niveau DEXP	Niveau PEX
VLE	Significatifs	Significatifs
VIE	Significatifs	Significatifs
VEX	Significatifs	Significatifs
TCH	Significatifs	Significatifs
AGE	Significatifs	Significatifs
GENRE	Significatifs	Non significatifs
EXPERIENCE	Significatifs	Significatifs
EMPLOYES	Non significatifs	Non significatifs
MOTIVATION	Significatifs	Significatifs

Source : calcul de l'auteur de la base de données

Il est bien clair, que la majorité des variables relatives au comportement du dirigeant ou de l'environnement économique et social peuvent fortement influencer la décision et la performance à l'exportation des PME.

Cette recherche a tenté de mettre en évidence, à travers une analyse empirique, les effets escomptés des pratiques managériales sur la performance et la décision à l'exportation des PME tunisiennes et les nombreuses insuffisances qui caractérisent ces pratiques provoquant ainsi une amélioration structurelle du commerce international.

Chapitre 5 - Discussion et conclusion

5.1. Synthèse de résultat

Au total, dans tous ces chapitres, nous cherchons d'abord à esquisser les méthodes de recherche utilisées pour tester nos hypothèses de recherche, puis nous nous concentrons sur différents outils et échelles, la mesure de toutes les variables, qu'elles soient exogènes ou même exogènes. Endogène, ainsi que l'échantillon étudié (300 PME exportatrices) et la technologie utilisée pour collecter les données (questionnaire).

Dans ce qui suit, nous résumerons les principaux résultats développés dans le cadre de cette recherche et les points de vue de cette recherche. On constate que les variables étudiées ont des effets différents sur l'étendue, la vitesse et l'ampleur des exportations.

Par ailleurs, on remarque que l'innovation production, la prise de risque externe, l'expérience internationale, et les ressources informationnelles sont des variables qui constituent le premier groupe ayant forte influence sur le degré, la vitesse, et l'étendue des exportations pour les PME Tunisiennes.

Nous espérons que l'échantillon des petites et moyennes entreprises manufacturières en Tunisie approfondira ce constat anormal. Le but de cette recherche est d'analyser la relation entre diverses variables de l'entreprise issues de la recherche statistique, y compris les TIC et les exportations, à travers l'innovation, la coopération, le suivi des activités et la recherche d'informations marketing les principaux dirigeants de PME.

5.2. Conclusion générale

Après avoir signé un accord de libre-échange avec l'Union européenne en 1995, les autorités ont pu faire un choix irréversible d'inclure la Tunisie dans l'économie mondiale pour stimuler la croissance et améliorer le bien-être. Nous sommes tous désireux d'améliorer l'économie tunisienne à travers la performance des entreprises tunisiennes et des entreprises exportatrices. En effet, les exportations ne se sont pas améliorées. La plupart des entreprises sont limitées au marché local du pays.

Aujourd'hui, en raison de la petite taille de son marché local (12 millions de consommateurs), la libéralisation des échanges est une tendance irréversible dans le monde. La Tunisie n'a d'autre choix que d'améliorer ses performances à l'exportation.

Entre autres, les acteurs de l'industrie textile-habillement font face à ce défi industriel avec des comportements d'achat qui sont de plus en plus imprévisibles à cause de la volatilité de la demande, d'un éclatement de séries de plus en plus courtes et d'une évolution à la baisse des coûts des produits liée à la globalisation des achats. Ainsi, pour continuer à s'imposer sur le marché, ils se doivent, d'être performants vis-à-vis de leurs clients directs, tout particulièrement en termes de coûts, de réactivité et de délais de livraison.

A travers nos recherches, nous analyserons les déterminants de la performance à l'exportation et les décisions d'exportation des PME tunisiennes à travers l'analyse de données microéconomiques obtenues au sein de l'entreprise et à partir de bases de données internes, afin de contribuer à la littérature. Agence de promotion des exportations. Nous réaliserons cette modeste étude pour étudier les facteurs qui influencent les décisions d'exportation des chefs d'entreprise, et approfondirons les déterminants des performances à l'exportation de l'industrie, qui représentent des secteurs clés de l'économie tunisienne.

Il couvre plus de 25% du PIB du pays, comme les industries du textile et de l'habillement. Dans un environnement mondial hautement concurrentiel, les exportations jouent un rôle essentiel dans la stratégie des petites et moyennes entreprises (PME) (Golovko et Valentini, 2011). En effet, l'export est un simple mode d'internationalisation. Pour cela, cette initiative est largement employée par les PME. Puisque ce mode d'internationalisation leur permet de commercialiser leurs produits dans les marchés étrangers, ce qui résulte la réalisation des économies d'échelle. De plus, l'activité export peut s'exécuter avec les moindres ressources disponibles en comparaison avec d'autres modes d'internationalisation (Morgan, Katsikeas, et Vorhies, 2012).

En conséquence, l'exportation affecte largement la performance des entreprises notamment les petites et moyennes qui sont plus fragiles, ayant des lacunes en ressources, et ont mal pour découler l'intégralité de leurs productions sur les marchés nationaux (Stoian, Rialp, et Rialp, 2011).

Par ailleurs, la survie et l'expansion de la firme exportatrice sont fortement dépendantes d'une meilleure analyse des déterminants qui influencent la vitesse, le degré, et l'étendue internationale de ses exportations. (Sousa, Martínéz-Lo'pez, et Coelho, 2008, p. 344). Par conséquent, la question centrale de toutes les entreprises est de savoir comment devenir un exportateur performant, et cette recherche nous permet de trouver des réponses à cette question.

Toutefois, nous divisons la conclusion de cette recherche en cinq parties. Dans un premier temps, nous rappelons l'objectif ainsi que le contexte théorique et méthodologique de ce travail. Ensuite, nous avons résumé les résultats liés aux caractéristiques des entreprises échantillonnées et à la vérification de l'hypothèse de recherche. Ensuite, nous discutons des contributions et des limites de cette recherche dans les deux prochaines parties. Nous complétons cette conclusion sur des considérations relatives aux avenues pour les futures recherches.

Concernant les thématiques de la théorie évolutionniste de la firme, dans l'optique encore une fois de déterminer les points de convergence et de divergence entre les différents travaux, émerge nettement la question des « frontières de la firme ». La proximité thématique avec l'analyse de Coase et de Williamson est évidente. Toutefois, les conclusions sont différentes, comme le souligne Winter lui-même : « d'un point de vue évolutionniste -peut-être en désaccord avec le point de vue des coûts de transaction- la taille d'une grande firme à un moment précis n'est pas interprétable comme la solution à un problème organisationnel ». Les interrogations sur les frontières de la firme d'un point de vue évolutionniste concernent, la dynamique de la diversification, de l'intégration ou de la désintégration, de la spécialisation et des entrées et sorties des firmes sur les différents marchés. Selon lui, ces thématiques se définissent essentiellement au sein de l'idée de la « cohérence » de la firme. Plusieurs chercheurs précisent que les frontières des firmes s'entendent soit comme « l'étendue et les limites de l'expansion des firmes au sein d'une industrie (...) dans laquelle elles sont présentes » soit comme « les frontières de la diversification horizontale et de l'intégration verticale des firmes ». Les premières correspondent aux structures de marché, alors que les secondes font référence à l'organisation interne de la firme.

Certains auteurs précisent que si la théorie néoclassique de l'organisation industrielle, proposée par exemple, n'apporte pas d'explication sur les frontières de la diversification intersectorielle de la firme, ces dernières peuvent être appréciées par l'intermédiaire des compétences de la firme et de leur dynamique.

Ce travail de recherche fait l'objet de défis de gestion liés à la mondialisation des marchés et vise à mieux comprendre les déterminants de la performance à l'exportation des PME. Nous commençons par les constatations communément rapportées dans la littérature selon lesquelles les entreprises ont une capacité limitée à identifier et à renforcer les déterminants de la performance et de la prise de décision internes et externes à l'exportation, ainsi que leur compréhension de la gestion des marchés et des activités internationales. Ceci explique en

grande partie pourquoi elles sont peu engagées et peu réussites sur les marchés étrangers dans certains cas.

L'objectif spécifique que nous poursuivons est de préciser les déterminants de la vitesse, de l'étendue, et du degré des exportations pour les PME exportatrices. Pour ce faire, nous postulons implicitement que des facteurs internes d'ordre entrepreneurial, organisationnel, et d'intelligence économique, ainsi que des facteurs externes d'ordre concurrentiel et d'ordre institutionnel les déterminent.

L'analyse de la littérature pertinente nous fait croire que la définition de l'exportation est le concept le plus approprié pour déterminer le succès international des entreprises exportatrices. En ce sens, nous disons que si une entreprise a une compréhension plus approfondie des déterminants de la performance à l'exportation, elle aura plus de succès.

Les résultats descriptifs montrent que les 300 PME exportatrices échantillonnées dans cette étude sont relativement jeunes, de petite taille et exercent des activités dans divers secteurs. En moyenne, elles comptent un nombre restreint d'employés spécialisés en exportation. En résumé, on trouve que la variable qualification des managers est significative. Par ailleurs, les réponses obtenues insistent sur l'importance de qualification universitaire puisque les études de l'enseignement supérieur sont exigées presque par toutes organisme d'aide et de subvention. Son aide est conditionné par le recrutement des diplômés universitaires dans la structure d'export. Cependant les dirigeants négligent la formation commerciale et il les considère le fruit de l'expérience pas plus.

L'intégration des TIC est une variable qui a un impact positif sur les performances à l'exportation. En effet, l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, en particulier Internet et les réseaux, offre aux petites et moyennes entreprises exportatrices des avantages stratégiques de gestion et de gestion, c'est-à-dire qu'elles favorisent la collecte et l'échange d'informations, ce qui peut accroître la réputation internationale de l'entreprise....

Les ressources humaines est une variable significative qui influence positivement la performance des exportations ce qui témoigne à une politique efficace de recrutement.

5.3. Apprentissage

Cette étude offre des contributions importantes et nouvelles à la littérature nous analysons ces contributions d'en relation spécifiquement avec les arguments que nous avons avancés dans l'introduction pour justifier la pertinence de réaliser une étude dont elle fait l'objet. Dans cette perspective, nous avons soutenu que la pertinence de cette recherche s'articule autour de trois points :

- Déterminer les facteurs internes qui stimulent la performance à l'exportation des PME ;
- Déterminer les facteurs externes qui stimulent la performance à l'exportation des PME.

Classer les déterminants par ordre d'influence de sorte que le chemin sera plus clair devant les PME Tunisiennes exportatrices et être conscientes dans leurs stratégies futures et savoir quelles sont les éléments cruciaux pour réussir l'export ? Comment et quand investit ? Quels sont les points à renforcer pour les entreprises réussites sur les marchés étrangers et comment surmonter l'échec pour celles qui ont échouées précédemment à l'international ?

- Similairement répondre au besoin d'explorer de nouvelles voies de recherche.

5.4. Limites

La première limite concerne le type de recherche, car elle est basée sur des informations obtenues pendant une période clairement définie. De plus, cette recherche relie les déterminants de l'exportation avec le pays d'accueil, tandis que le pays exportateur se limite à l'étude des déterminants du pays d'origine. La deuxième limite est que l'échantillon étudié appartient à une zone géographique limitée et à une province limitée. La dernière limitation concerne l'impact d'autres variables qui ne sont pas pris en compte dans cette étude, telles que les caractéristiques des produits exportés, la qualité des relations avec les distributeurs internationaux, l'assurance exportation, etc.

Les avenues de recherche sont directement tirées des limites que nous venons d'évoquer dans le paragraphe si dessus. En effet, les futures études peuvent réaliser une étude longitudinale pour analyser la relation entre les facteurs internes et externes de l'exportation, un échantillon plus large et appartenant à des zones géographiques diversifiées qui peuvent être prises en compte, et l'extension de l'étude sur un plus large échantillon et à d'autres types d'entreprise de grande taille par exemple.

Nos résultats montrent également que des études réalisées dans des échantillons de PME qui ne sont pas homogènes peuvent cacher certains comportements qui doivent être pris en compte. Si la littérature a déjà souligné l'intérêt des différentes variables pour le renforcement des connexions des clients et des fournisseurs, son utilité doit être étudiée dans le processus d'exportation, en tenant compte des différents pays, exportant des exportations. La question se pose également par rapport à la promesse technique des variables sélectionnées, son efficacité, en plus des distances géographiques et des différences culturelles, la proximité si chère pour les PME.

A travers une analyse approfondie de l'échantillon stratifié, il sera également intéressant de décrire le comportement d'utilisation de la technologie et des applications informatiques en fonction du positionnement stratégique des dirigeants de l'entreprise exportatrice. L'intérêt du chef, en particulier de son intérêt pour les TIC, constitue un facteur de prise de décision important dans l'intégration de la société dans la société et en fournissant son utilisation. Il semble que ces deux points incluent la complexité de l'utilisation et de la cohérence entre la direction stratégique générale (en particulier la stratégie d'internationalisation) et l'utilisation de TIC dans les PME.

L'utilisation conjointe du paradigme éclectique et de la matrice firme-pays permet d'identifier les caractéristiques ayant motivé l'acquéreur à réaliser une fusion acquisition ainsi que d'évaluer l'impact de cette stratégie de développement sur les avantages compétitifs de l'acquéreur, l'accès aux avantages spécifiques de la cible et de la localisation lors d'une fusion-acquisition pouvant participer à l'amélioration des avantages spécifiques de l'acquéreur. Ainsi, les stratégies de localisation des fusions-acquisitions semblent avoir une importance croissante au regard des modifications qui s'opèrent dans l'environnement international des entreprises.

Références

- Aaby, N., Slater, S. F. 1988. "Management Influences on Export Performance: A Review the Empirica J Literature 1978-1988". *International Marketing Review*, vol 4-4, p. 7-26.
- Aaker, D.A. (1996) Measuring Brand Equity across Products and Markets. *California Management Review*, 38, 102-120. <http://dx.doi.org/10.2307/41165845>.
- Acedo, F.J. and Jones, M.V. (2007) Speed of Internationalization and Entrepreneurial Cognition: Insights and a Comparison between International New Ventures, Exporters and Domestic Firms. *Journal of World Business*, 42, 236-252. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.012>.
- Alaoui, A., 2013. « Pratiques managériales et performance à l'export des PME : La prégnance des facteurs endogènes » *Humanisme et Entreprises*. 2013/1 n° 311, pages 21 à 40.
- Alaoui, Abdallah, 2005. Pratiques managériales et performance à l'export des PME : la prégnance des facteurs endogènes. *Humanisme et Entreprise* 2013/1 (n° 311), pages 21 à 40.
- Alcala, and HERNANDEZ, 2010. Assisted reproductive technology in Europe, 2010: results generated from European registers by ESHRE. *Human Reproduction*, Volume 29, Issue 10, 10 October 2014, Pages 2099–2113, <https://doi.org/10.1093/humrep/deu175>
- Alegre, et al. (2009). Organizational learning capability, innovation and performance: study in small and medium-sized enterprises. *Revista de Administração* Volume 52, Issue 2, April–June 2017, Pages 163-175.
- Amit, and Schoemaker, 1993. Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal* 14(1).
- Anderson, N. John, Klaus P. Brodersen, David B. Ryves, Suzanne McGowan, Liselotte S. Johansson, Erik Jeppesen & Melanie J. Leng, 2008. Climate Versus In-Lake Processes as Controls on the Development of Community Structure in a Low-Arctic Lake (South-West Greenland). *Ecosystems* volume 11, pages 307–324.
- Andrea, Bonaccorci, 1992. On the Relationship Between Firm Size and Export Intensity. *Journal of International Business Studies* volume 23, pages 605–635 (1992).
- Ang, H.M., Mustafa T. Yagub, Tushar Kanti Sen and Sharmeen Afroze, 2014. Dye and its removal from aqueous solution by adsorption: A review. *Department of Chemical Engineering, Curtin University, GPO Box U1987, 6845 Bentley, WA, Australia*.

Arrègle, 1996. Analyse "Resource Based" et identification des actifs stratégiques. *French journal Revue Francaise de Gestion* 32(160) DOI:10.3166/rfg.160.241-260.

Auh, Seigyoung et Bulent Menguc, 2005. Balancing exploration and exploitation: The moderating role of competitive intensity. *Research output: Contribution to journal*.

Aulakh, Kotabe, et Teegen, 2000. Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. *The Academy of Management Journal* 43(3):342-361 DOI:10.2307/1556399.

Axinn, Catherine N. 1988. "Export Performance: Do Managerial Perceptions Make a Difference". *International Marketing Review*, vol. 5-2, p. 61-71.

Barnard, C. 1938. I. Chester I. Barnard – L'organisation formelle ou l'art de la coopération. *Les Grands Auteurs en Management* (2017), pages 11 à 28.

Barney, J.B. (1991), Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, 17(1), pp.99-120.

Basile, 2001. Bassins versants des torrents du Domenon, du Rivet, de Murianette et de Pisse-Vieille (massif de Belledonne). *Bassins versants - Morphologie - Replats tardiglaciaires - Datation 10Be - Modèle Numérique de Terrain - Modélisation des volumes érodés - Extrapolation*.

Becker, Sascha et Egger Peter, 2013. Endogenous product versus process innovation and a firm's propensity to export. *Empirical Economics*, 2013, vol. 44, issue 1, 329-354.

Beleska-Spasova, Glaiser, and Stride, 2012. Resource determinants of strategy and performance: The case of British exporters. *Journal of World Business* 47(4):635-647 DOI:10.1016/j.jwb.2011.09.001.

Ben Ayed, Olfa, et Younes Boujelbene, 2013. Les déterminants de la performance des petites et moyennes entreprises exportatrices : cas de la Tunisie. *International Conference on Business, Economics, Marketing & Management Research (BEMM'13) Volume Book: Economics & Strategic Management of Business Process (ESMB) Copyright _ IPCO 2013*.

Bensedrine J., Demil B., 1998. L'approche néo-institutionnelle des organisations in H. Laroche et J.P Nioche, *Repenser la stratégie*, Vuibert, 85-110.

- Bijmolt T.H.A. et P.S. Zwart, 1994. The Impact of Internal Factors on the Export Success of Dutch Small and Medium-Sized Firms, *Journal of Small Business Management*, (april), 69-83.
- Bonaccorsi, Andrea. 1992. "On the Relationship Between Firm Size and Export Intensity". *Journal of International Business Studies*, vol. 23-4, p. 605-635.
- Bruton, Garry D. David Ahlstrom, and Krzysztof Obloj, 2008. Entrepreneurship in Emerging Economies: Where Are We Today and Where Should the Research Go in the Future First Published January 1, 2008 *Research Article* <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00213.x>
- Cadogan, Cui, et Li, 2003. Export market-oriented behavior and export performance: The moderating roles of competitive intensity and technological turbulence. *International Marketing Review* 20(5):493-513 DOI:10.1108/02651330310498753.
- Camison, Cesar et Ana Villar López, 2010. An examination of the relationship between manufacturing flexibility and firm performance: The mediating role of innovation. An examination of the relationship between manufacturing flexibility and firm performance: The mediating role of innovation. July 2010 *International Journal of Operations & Production Management* 30(8):853-878 DOI:10.1108/01443571011068199.
- Carney, and Gedajlovic, 2003. Corporate Governance and Competitive Advantage in Family-Controlled Firms. First Published May 1, 2005 *Research Article* <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00081.x>.
- Cassiman, Bruno et Elena Golovko, 2010. Innovation, Exports and Productivity. July 2010 *International Journal of Industrial Organization* 28(4):372-376 DOI:10.1016/j.ijindorg.2010.03.005.
- Cavusgil S.T. et J. Naor, 1984. Firm and Management Characteristics as Discriminator for Export Behavior, *Journal of Business Research*, 15, 3, 221-235.
- Cavusgil, S. T, Zou, S. 1994. "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of The Empirical Link in Export Market Ventures". *Journal of Marketing*, vol. 58 (January), p.1-21.
- Cavusgil, S. T., Godiwalla, Y. M. 1982. "Decision Making for International Marketing: A Comparative Review". *Management Decision*, vol. 20-4.

- Chae, Soo Cheon , Jai-Heon Lee, and Sang Un Park, 2012. Recent studies on flavonoids and their antioxidant activities. *EXCLI J.* 2013; 12: 226–230. Published online 2013 Mar 13.
- Chandler, 1992. Organisation et performance des entreprises. T1, Editions de l'organisation.
- Chaston, Ians and Williams, 2004. Organizational Learning: An Empirical Assessment of Process in Small U.K. Manufacturing Firms. *Journal of Small Business Management* 39(2):139 - 151 DOI:10.1111/1540-627X.00013.
- Chekki, Dan A., 2004. "Beyond Assimilation: The Immigrant Family and Community in a Canadian Metropolis." *Loyola Journal of Social Sciences* 18(2) (July-December 2004): 165-188.
- Chester, Barnard, 1938. Reviewed Work: *The Functions of the Executive* by Chester I. Barnard. *The Academy of Management Review* Vol. 11, No. 2 (Apr., 1986), pp. 456-459 (4 pages) Published by: Academy of Management.
- Chetty, and Hamilton, 1993. Firm-level Determinants of Export Performance: A Meta-analysis. *International Marketing Review* 10(3) DOI:10.1108/02651339310040643.
- Chung, Ming Lau Robert E. Hoskisson, Lorraine Eden, and Mike Wright, 2000. Strategy in Emerging Economies. *The Academy of Management Journal*, 43 (3) (Jun., 2000), 249-267.
- Conner, K., 1991. A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought within Industrial Organization Economics: Do We Have a New Theory of the Firm? *Journal of Management*, 17, 121-154. <http://dx.doi.org/10.1177/014920639101700109>.
- Cooper Robert G and Elko J Kleinschmidt, 1985. The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance. *Journal of International Business Studies*, 1985, vol. 16, issue 1, 37-55.
- Colovic A. ; Mayrhofer U. (2008). « Les stratégies de localisation des firmes multinationales », *Revue Française de Gestion*, vol. 34, n° 184, p. 151-165.
- Colovic A., and Mayrhofer U. (2011). « Optimizing the Location of R&D and Production Activities: Trends in the Automotive Industry », *European Planning Studies*, vol. 19, n° 8, p. 1481-1498.
- Coviello, and Jones, 2004. Methodological Issues in International Entrepreneurship Research. *Journal of Business Venturing* 19(4):485-508 DOI:10.1016/j.jbusvent.2003.06.001.

- Dalli, D. 1994, "The Exporting Process: the Evolution of Small and Medium Sized Firms toward Internationalisation", in Axinn, eN. (Ed.), *Advances in International Marketing*, JAI Press, Greenwich, CT, p. 85-110.
- Damijan, Jože P., Črt Kostevc and Sašo Polanec, 2010). From Innovation to Exporting or Vice Versa?. *The word economy*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2010.01260.x>.
- Datta, Deepak, Rajagopalan, and Rasheed, 1991. Diversification and Performance: Critical Review and Future Directions. *Journal of Management Studies* 28(5):529 – 558 DOI:10.1111/j.1467-6486.1991.tb00767.x.
- Denis, Henri, 1984. Logique hégélienne et systèmes économiques. *Presses Universitaires de France*.
- Dhanaraj, Charles and Beamish Paul W., 2003. A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance. *Journal of Small Business Management*. <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00080>.
- Di, Pietro William R. and Anoruo Emmanuel, 2006. Creativity, innovation, and export performance. *Journal of Policy Modeling*, 2006, vol. 28, issue 2, 133-139.
- Diamanto Poulos and Schelgel Miclch, 1994. Managerial Assessments of Export Performance: Conceptual Framework and Empirical Illustration. *Journal of International Marketing Vol. 15, No. 3 (2007), pp. 1-31 (31 pages)*.
- Diamantopoulos, A. et B.B. Schlegelmilch, 2007. Linking exporting manpower to export performance: a canonical regression analysis of European and US data, *Advances in International Marketing*, Eds. S.T. Cavusgil et C. Axinn, New-York, JAI Press, 183-205.
- Dopietro, William R. and Anoruo Emmanuel, 2006. Creativity, innovation, and export performance. *Journal of Policy Modeling* 28(2):133-139 DOI:10.1016/j.jpolmod.2005.10.001.
- Dunning, David, 2004. Flawed Self-Assessment: Implications for Health, Education, and the Workplace. *Psychological Science in the Public Interest*. <https://doi.org/10.1111/j.1529-1006.2004.00018.x> <https://journals.sagepub.com/home/psi>
- Dunning, John H., 2001. The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. *International Journal of the Economics of Business* 8(2):173-190 DOI:10.1080/13571510110051441.

- Durand Thomas, 2000. L'alchimie de la compétence. *French journal Revue Francaise de Gestion* 32(160) DOI:10.3166/rfg.160.261-292.
- Ekaterina, Nemkova, Anne L. Souchon, Paul Hughes, 2012. Does Improvisation Help or Hinder Planning in Determining Export Success? Decision Theory Applied to Exporting. *Journal of international Marketing*. Volume: 23 issue: 3, page(s): 41-65.
- Eriksson, Kent, Jan Johanson, Anders Majkgård and D. Deo Sharma, 1997. Experiential Knowledge and Costs in the Internationalization Process. *Journal of International Business Studies* volume 28, pages337–360.
- Evans, Philip and Wurster Thomas S., 1999. Getting Real about Virtual Commerce. *Harvard Business Review* 77(6), 84-94, 215.
- Filion, Louis Jacques, 1990. Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue internationale P.M.E.* Volume 10, Numéro 2, 1997, p. 129–172.
- Fillipescu, and Rialp 2009. Neural Correlates of Value Computations during Simple Economic Decision-Making. *Experimental Cognitive Psychology*. <https://www.college-de-france.fr/site/en-stanislas-dehaene/symposium-2008-2009.htm>
- Fisher, Eileen and Reuber A Rebecca Reuber, 2006. The Influence of the Management Team's International Experience on the Internationalization Behaviors of SMES. *Journal of International Business Studies* 28(4):807-825.
- Frombrun, Charles and Shanley Mark, 1990. What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *The Academy of Management Journal* 33(2): 233-258 DOI:10.2307/256324.
- Gabriel, Marcel et Simone Saint Clair, 2004. Une Voyante Témoigne Hélène Bouvier Simone Saint Clair 2004 Gabriel Marcel. *Patrick Lannaud; Patrick Lannaud édition*.
- Gallego, L. Solano, A. Koutinasb, Miróc L. Cardosod M.G. Pennisie L. Ferrerf P. Bourdeaug G. Olivah and G. Banethi, 2009. Directions for the diagnosis, clinical staging, treatment and prevention of canine leishmaniosis. *Veterinary Parasitology* Volume 165, Issues 1–2, 28 October 2009, Pages 1-18.
- Gallego, M. Angeles and Casllas, 2014. *The relationship between timing of entry into a foreign market, entry mode decision and market selection*.

- Ganotakis, Panagiotis and James H., 2011. R&D, product innovation, and exporting: evidence from UK new technology based firms. *Oxford Economic Papers*, 2011, vol. 63, issue 2, 279-306.
- Gao, G., Walser, J.C., Beaucher, M.L., Morciano, P., Wesolowska, N., Chen, J., and Rong, Y.S., 2010. *HipHop interacts with HOAP and HP1 to protect Drosophila telomeres in a sequence-independent manner*. *EMBO J.* 29(4): 819-829.
- Garcia-Borbolla, Amalia, Larran Jorge, and Lopez Rafael, 2005. Empirical Evidence Concerning Smes Corporate Websites: Explaining Factors, Strategies and Reporting. *The International Journal of Digital Accounting Research Project: Empirical evidence concerning SMEs' corporate websites: Explaining factors, strategies and reporting*.
- Garnier, 1982. ULLA, L'Humiliation, Paris, Editions Garnier, 1982. *Dans Clio. Histoire, femmes et sociétés* 2003/1 (n° 17), page 15.
- Gary, King, James Honaker, Anne Joseph, and Kenneth Scheve. 2001. "Analyzing Incomplete Political Science Data: An Alternative Algorithm for Multiple Imputation." *American Political Science Review*, 95, Pp. 49–69. Copy at <https://j.mp/2oOrtGs>.
- Gelbuda, Modestas, Klaus E. Meyer et Andrew Delios, 2008. International Business and Institutional Development in Central and Eastern Europe. *Journal of International Management* 14(1):1-11 DOI:10.1016/j.intman.2007.05.011.
- Golovko, Elena and Giovanni Valentini, 2011. Exploring the complementarity between innovation and export for SMEs' growth. *Journal of International Business Studies*, 2011, vol. 42, issue 3, 362-380.
- Gomez, Mejia, 1988. The role of human resources strategy in export performance: A longitudinal study. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.4250090508>.
- Gourlay, A., et Seaton, J. 2004. "Explaining the Decision to Export: Evidence from UK Firms". *Applied Economic Letters*, vol.11-3, p. 153-158.
- Gripsrud, Geir, 1990. The Determinants of Export Decisions and Attitudes to a Distant Market: Norwegian Fishery Exports to Japan. *Journal of International Business Studies* volume 21, pages469–485.
- Hall, Peter and Soskice, 2001. Krupp Foundation Professor of European Studies Minda de Gunzburg Center for European Studies, Kirkland Street, Cambridge MA 02138.

- Hall, Peter, 1993. Policy Paradigms, Social Learning, and the State: The Case of Economic Policymaking in Britain. *Comparative Politics, Ph.D. Programs in Political Science, City University of New York*.
- Hartmut, H. Holzmüller, and Barbara Stöttinger, 1996. Structural Modeling of Success Factors in Exporting: Cross-Validation and Further Development of an Export Performance Model. *Journal of international Marketing*. <https://doi.org/10.1177/1069031X9600400204>.
- Hatchuel, Hatchuel, Pascal Le Masson, Benoît Weil, 2000. De la gestion des connaissances aux organisations orientées conception. *Revue internationale des sciences sociales* 2002/1 (n° 171), pages 29 à 42.
- Hult, G. Tomas M. and David J. Ketchen Jr., 2001. Does market orientation matter?: a test of the relationship between positional advantage and performance. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.197>.
- Hurmerinta- Peltoma'ki, 2003. Integrating qualitative and quantitative methods in research on international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship* 4(4):175-190 DOI:10.1007/s10843-007-0010-6.
- Ibeh, 2004. The Internationalization of Knowledge-Based Small and Medium-Sized Enterprises from Syria. *The Academy of International Business*.
- Ibeh, Kevin and Young Stephen Young, 2001. Exporting as an entrepreneurial act - An empirical study of Nigerian firms. *European Journal of Marketing* 35(5/6):566-586 DOI:10.1108/03090560110388114.
- Ibeh, Kevin, 2003. Toward a Contingency Framework of Export Entrepreneurship: Conceptualisations and Empirical Evidence. *Small Business Economics* 20(1):49-68 DOI:10.1023/A:1020244404241.
- Ingram, Paul and Silverman Brian, 2002. Introduction: The new institutionalism in strategic management. *Advances in Strategic Management*.
- Johanson, Jan Johanson and Jan-Erik Vahlne, 1977. The Internationalization Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies* volume 8, pages23–32(1977).
- Johnston, W. J., and Czinkota, M. R. 1982. "Managerial Motivations as Determinants of Industrial EXpOlt Behavior". In *Export Management: An International Context*, edited by Michael R Czinkota, and George Tesar. Praeger Publishers, p. 295.

- Jolliffe, I., 2002. Principal Component Analysis. 2nd Edition, Springer, New York.
- Jones, M. D. M., I. Forn, C. Gadelha, M. J. Egan, D. Bass, R. Massana and T. A. Richards, 2011. Discovery of novel intermediate forms redefines the fungal tree of life. *Nature* doi: 10.1038/nature09984.
- Julien Pierre-André and Ramangahaly Charles., 2003. Competitive Strategy and Performance of Exporting SMEs: An Empirical Investigation of the Impact of Their Export Information Search and Competencies. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 27(3):227 – 245 DOI:10.1111/1540-8520.00013.
- Julien, Keith, Edgar Knobloch & Joseph Werne, 1998. A New Class of Equations for Rotationally Constrained Flows. *Theoretical and Computational Fluid Dynamics volume 11, pages 251–261*.
- Julien, Pierre-André, Michel Marchesnay, 1996. L'entrepreneuriat- *Collection Gestion poche*.
- Kane, Kevin, Chiru Codrin, et Ciuchete Georgiana, 2012. Exploring the Eco-attitudes and Buying Behaviour of Facebook Users.
- Keller, Kevin Lane, 1993. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing Vol. 57, No. 1 (Jan., 1993), pp. 1-22 (22 pages)*.
- Keupp, Marcus Matthias and Oliver Gassmann, 2009. Determinants and archetype users of open innovation. R ET D Management. *Volume39, Issue4 Special Issue: Open R&D and Open Innovation Edited by Ellen Enkel, Oliver Gassmann, and Henry Chesbrough*.
- Khavul, Susanna, Perez-Nordtvedt Liliana, and Wood Eric, 2010. Organizational entrainment and international new ventures from emerging markets. *Journal of Business Venturing* 25(1): 104-119.
- Knight, G. et Cavusgil, S.T. 1996. "The Born Global Firm: a Challenge to Traditional Internationalization Theory". *Advances in International Marketing*, JAI Press, p.II-26.
- Knight, Gary A. and Cavusgil S. Tamer, 2004. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies volume 35, pages124–141*.
- Knight, Gary A. and Cavusgil S. Tamer, 2005. A taxonomy of born-global firms. *Management International Review* 45(3):15-35.

- Koed, Madsen, T., 1989. Successful Export Marketing Management: Some Empirical Evidence. *International Marketing Review*, 6 (4).
<https://doi.org/10.1108/EUM0000000001518>.
- Koenig, Laura M. MD Molly Carnes MD, 1999. *Journal of General Internal Medicine. Body Piercing Medical Concerns with Cutting-Edge Fashion*.
- Koh, Anthony C. and Robicheaux Robert A., 1988. Variations in export performance due to differences in export marketing strategy: Implications for industrial marketers. *Special Issue: Southern Marketing Association Conference*.
- Kraus, Sascha, Ambos, Tina C., Eggers, Felix and Cesinger, Beate, 2015. "Distance and perceptions of risk in internationalization decisions," *Journal of Business Research, Elsevier*, vol. 68(7), pages 1501-1505.
- Kreiser, Patrick M., Louis D. Marino, and K. Mark Weaver, 2002. Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis. *Strategic Management Journal*, 20, 421–444.
- Kuivalainen, Olli, Sanna Sundqvista and Per Servais, 2007. Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business Volume 42, Issue 3, September 2007, Pages 253-267*.
- Kuivalainen, Olli, Sanna Sundqvista and Per Servais, 2012. Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review*.
- Lado, A. A., Boyd, N. G., Wright, P., and Kroll, M., 2006. Paradox and theorizing within the resource-based view. *The Academy of Management Review*, 31(1), 115–131.
<https://doi.org/10.2307/20159188>.
- Lages, Luis Filipe and Lages, 2004. Export performance as an antecedent of export commitment and marketing strategy adaptation: Evidence from small and medium-sized exporters. *European Journal of Marketing*.
- Lages, Luis Filipe, Sandy D Jap and David A Griffith, 2008. The role of past performance in export ventures: a short-term reactive approach. *Journal of International Business Studies volume 39, pages304–325*.
- Lambin, 1999. Monitoring forest degradation in tropical regions by remote sensing: some methodological issues. *Global ecology and biogeographie. Volume8, Issue3-4 May 1999 Pages 191-198*.

- Lawrence, Paul R. and Lorsch Jay W., 1967. Differentiation and Integration in Complex Organizations. *Administrative Science Quarterly* 12(1):1-47 DOI:10.2307/2391211.
- Leonidou, L. C. 1998. Factors Stimulating Export Business: An Empirical Investigation. *Journal of Applied Business Research*, vol. 14-2, p. 43-68.
- Lim, Jeon-Su, Thomas W. Sharkey, John H. Heinrichs, 2006. Strategic impact of new product development on export involvement. *European Journal of Marketing* ISSN: 0309-0566.
- Lipuma, et Chao Shi Ting Jia Simon Mendez Ferrer Tobias M.Hohl Natalya V. SerbinaLauren Lipuma1 Ingrid Leiner1 Ming O.Li1 Paul S. Frenette Eric G.Pamer, 2011. *Bone Marrow Mesenchymal Stem and Progenitor Cells Induce Monocyte Emigration in Response to Circulating Toll-like Receptor Ligands*. 34(4), 22 April 2011, Pages 590-601
- Liu, H., I. Probert, J. Uitz, H. Claustre, S. Aris-Brosou, M. Frada, F. Not and C. de Vargas, 2009. *Extreme diversity in noncalcifying haptophytes explains a major pigment paradox*.
- Lu, J.W. and Beamish, P.W., 2006. SME Internationalization and Performance: Growth vs. Profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, 4, 27-48. <http://dx.doi.org/10.1007/s10843-006-8000-7>.
- Lu, Jane W. and Beamish Paul W., 2006. Partnering strategies and performance of SMEs' international joint ventures. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, issue 4, 461-486.
- Lumpkin G. T. and Dess Gregory G. Dess, 2001. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 2001, vol. 16, issue 5, 429-451.
- Lumpkin, G. T. and Gregory G. Dess, 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *Academy of management*. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>.
- Luong, Leo, Philippe. 2010. Les antécédents de la performance des PME : Un modèle hiérarchisant les déterminants, application au Vitnam. Consulté sur web le 15 février 2020. <https://airepme.org/images/File/2010/LUONG-CIFEPME2010.pdf>
- Mago, B., and Trivedi, P., 2014. EVIDENCE OF CUSTOMERS' PERCEPTIONS TOWARD THE USAGE OF SOCIAL NETWORKING SITES AS E-BUSINESS MECHANISM IN UAE. *European Scientific Journal, ESJ*, 10(16).

- Majocchi, Antonio, Emanuele Bacchiocchi and Ulrike Mayrhofer, 2005. Firm size, business experience and export intensity in SMEs: A longitudinal approach to complex relationships. *International Business Review*, 2005, vol. 14, issue 6, 719-738.
- Martinez-Ros, Ester and José M. Labeaga, 2009. Product and Process Innovation: Persistence and Complementarities *European Management Review*, Vol. 6, Issue 1, pp. 64-75, 2009.
- Mavrogiannis, Miltiadis, Michael A. Bourlakis, Philip J. Dawson, Mitchell R. Ness, 2008. Assessing export performance in the Greek food and beverage industry: An integrated structural equation model approach. *British Food Journal* ISSN: 0007-070X.
- Merono, Daniel Cohen and Marcelo Soto, 2007. Growth and human capital: good data, good results. *Journal of Economic Growth*, 2007, vol. 12, issue 1, 76 pages.
- Meyer, John W. and Brian Rowan, 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *The university of chicago press journal*. Volume 83, Number 2.
- Meyer, Judy L., 2001. Streams in the Urban Landscape Annual Review of Ecology and Systematics Vol. 32:333-365 (Volume publication date November 2001).
- Meyer, Klaus E and Mike W Peng, 2005. Probing theoretically into Central and Eastern Europe: transactions, resources, and institutions. *Journal of International Business Studies* volume 36, pages600–621.
- Miesernbock, Kurt J., 1988. Small Businesses and Exporting: A Literature Review. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1177/026624268800600204>.
- Miller, 1983. Revisited: A Reflection on EO Research and Some Suggestions for the Future.
- Minh, Huan. L Minh Huan , 2011. Le cas des PME exportatrices du Vietnam / par Minh Huan Luong ; sous la direction de Jean Philippe.
- MINTZBERG, Henry, 1980. Structure et dynamique des organisations. *Paris : Éd. d'Organisation*.
- Mittelstaedt JD, C Styles, WA Ward, E Nowlin, 2006. Location, industrial concentration and the propensity of small US firms to export *International Marketing Review*.
- Mittelstaedt, John D., William E. Kilbourne, and Robert A. Mittelstaedt, 2006. Macromarketing as Agorology: Macromarketing Theory and the Study of the Agora. *Journal of Macromarketing* Vol 26, Issue 2, 2006.

Moon, et Lee, 1990. Moon palace [Texte imprimé] : roman / Paul Auster ; traduit de l'américain par Christine Le Boeuf.

Moral, Encarnación-Pajaresa Adoración Mozas-Moralb Enrique Bernal Juradoc, MigueJesúsMedina-Viruel, 2015. Efficiency and exports: Evidence from Southern European companies. *Journal of Business Research* Volume 68, Issue 7, July 2015, Pages 1506-1511.

Morales, Joannella, Danielle Welter, Jacqueline MacArthur, Tony Burdett, Peggy Hall, Heather Junkins, Alan Klemm, Paul Flicek, Teri Manolio, Lucia Hindorff, 2014. The NHGRI GWAS Catalog, a curated resource of SNP-trait associations. *Nucleic Acids Research*, 42, D1, 1 January 2014, Pages D1001–D1006, <https://doi.org/10.1093/nar/gkt1229>.

Morgan, J. A. . D. E. Pataki . C. Körner . H. Clark . S. J. Del Grosso . J. M. Grünzweig . A. K. Knapp . A. R. Mosier . P. C. D. Newton . P. A. Niklaus . J. B. Nippert . R. S. Nowak . W. J. Parton . H. W. Polley M. R. Shaw, 2004. Water relations in grassland and desert ecosystems exposed to elevated atmospheric CO₂. *Oecologia (2004) 140: 11–25 DOI 10.1007/s00442-004-1550-2*.

Morgan, JA, Hunt HW, Monz CA, LeCain DR, 1994a. Consequences of growth at two carbon dioxide concentrations and two temperatures for leaf gas exchange in *Pascopyrum smithii* (C3) and *Bouteloua gracilis* (C4). *Plant Cell Environ* 17:1023–1033.

Morgan, JA, Hunt HW, Monz CA, LeCain DR, 2003. Sexual size dimorphism of walleye (*Stizostedion vitreum vitreum*). *Canadian Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 1 November 2003, <https://doi.org/10.1139/f03-115>.

Morgan, JA, Mosier AR, Milchunas DG, LeCain DR, Nelson JA, and Parton WJ, 2004. CO₂ enhances productivity of the shortgrass steppe, alters species composition, and reduces forage digestibility. *Ecol Appl* 14:208–219.

Morgan, N.A., Katsikeas, C.S. and Vorhies, D.W., 2012. Export Marketing Strategy Implementation, Export Marketing Capability and Export Venture Performance. *Journal of the Academy Marketing Science*, 40, 271-289. <http://dx.doi.org/10.1007/s11747-011-0275-0>.

Morgan-Thomas, Anna , Marian V. Jones, 2009. Post-entry Internationalization Dynamics: Differences between SMEs in the Development Speed of their International Sales. *International Small Business Journal. Ecol Appl* 14:208–219.

Morrison, M. and M. Morgan. 1999. In Margaret Morrison & Mary Morgan (eds.), *Models as Mediators: Perspectives on Natural and Social Science*.

- Mudambi, Ram et Navarra, 2002. Institutions and international business: a theoretical overview. *International Business Review*, 2002, vol. 11, issue 6, 635-646.
- Navarro, J.A., Ohmann, E., Sanchez, D., Botella, J.A., Liebisch, G., Moltó, M.D., Ganfornina, M.D., Schmitz, G., Schneuwly, S. (2010). Altered lipid metabolism in a *Drosophila* model of Friedreich's ataxia. *Hum. Mol. Genet.* 19(14): 2828--2840.
- Navarro-García, Antonio, Jorge Arenas-Gaitán and F. Javier Rondán-Cataluña, 2014. External environment and the moderating role of export market orientation. *Journal of Business Research*, 2014, vol. 67, issue 5, 740-745.
- Newbert, Scott L., 2007. Empirical research on the resource-based view of the firm: an assessment and suggestions for future research. *Strategic management Journal*. Volume 28, Issue 2.
- Nieto, María Jesús and Zulima Fernández, 2006. Impact of ownership on the international involvement of SMEs. *Journal of International Business Studies*, 2006, vol. 37, issue 3, 340-351.
- Nonaka, and INGHAM, Marc, 1997. La connaissance créatrice : la dynamique de l'entreprise apprenante. *De Boeck Université*.
- North, 1990. The role of institutions in the revival of trade: the law merchant, private judges, and the champagne fairs. *Economics et politics*. Volume 2, Issue 1 March 1990.
- Nelson, J.S., 1994. Fishes of the world. Third edition. John Wiley & Sons, Inc., New York. 600 p.
- OCDE (2002), Perspectives de l'OCDE sur les PME, OCDE, Paris
- OCDE (2005), Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat, OCDE, Paris.
- Oliver, C., 1997. Strategic Responses to Institutional Processes, *Academy of Management Review*, vol 16, n°1, 145-179.
- Oviatt, M., and McDougall, 1996. La théorie de l'« entreprise à internationalisation rapide et précoce » à l'épreuve des faits. Évaluation de l'apport des travaux empiriques à ce champ de recherche. *Un article de la revue Revue internationale P.M.E.* 23, 1, 2010, p. 91-124.
- Oviatt, M., and McDougall, 2005. Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol 29, Issue 5, 2005.

- Oviatt, M., Benjamin PatriciaPhillips McDougall*ScottShane* ,1994. Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing Volume 9, Issue 6, November 1994, Pages 469-487.*
- Peña Jesús C. -Vinces, Gabriel Cepeda-Carrión et Wynne W. Chin, 2012. Effect of ITC on the international competitiveness of firms. *Management Decision ISSN: 0025-1747.*
- Peng, and Health, 1996. First description of the male of *Draconarius jiangyongensis*. *Zookeys. (601): 41-48.*
- Peng, Ji-Bin and Channe, 2001. The resource-based view and international business. *Journal of Management. Vol 27, Issue 6, 2001.*
- Peng, MW, 2003. Institutional transitions and strategic choices. *Academy of management review 28 (2), 275-296.*
- Peng, MW, SL Sun, B Pinkham, H Chen, 2009. The institution-based view as a third leg for a strategy tripod. *Academy of Management Perspectives 23 (3), 63-81.*
- Percival, Jennifer and Brian Cozzarin, 2008. "Complementarities Affecting the Returns to Innovation," *Industry and Innovation, Taylor & Francis Journals, vol. 15(4), pages 371-392.*
- Peter, S. Davis and Gregory G. Dess, 1980. Porter's (1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance. *The Academy of Management Journal, Vol. 27, No. 3 (Sep., 1984), pp. 467-488 (22 pages).*
- Pezderka, Noemi, Chia-Ling 'Eunice' Liu, Rudolf R. Sinkovics, and Parissa Haghirian, 2011. Determinants of Consumer Perceptions toward Mobile Advertising - A Comparison between Japan and Austria. *Journal of Interactive Marketing, 26, 1, February 2012, 21-32.*
- Pla-Barber, and Alegre, 2007. Analysing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry. *International Business Review, 16, 3, June 2007, 275-293.*
- Porter, M.E., 2008. The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review, 86(1), 79-93.* Retrieved from Business Source Ultimate.
- Powers, Thomas L. and Jeffrey J. Loyka, 2010. Adaptation of Marketing Mix Elements in International Markets. *Journal of Global Marketing, 23(1): 65-79 DOI:10.1080/08911760903442176.*

Priem, R.L. and Butler J.E. (2001a), Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? *Academy of Management Review*, 26(1), pp.22-40.

Priem, R.L. and Butler J.E. (2001b), Tautology in the Resource-Based View and the Implications of Externally Determined Resource Value: *Further Comments*, *Academy of Management Review*, 26(1), pp. 57-65.

Ramaswamy, K., K.G. Kroeck and W. Renforth, 2001. Measuring degree of internationalization of a firm: a comment, *Journal of International Business Studies*, 27, 1, 167-177.

Reid, S. D., 1980. The decision-maker and export entry and expansion, *Journal of International Business Studies*, vol. 12, n. 2, pp. 101-111.

Reid, S. D., 1982. The decision-maker and export entry and expansion, *Journal of International Business Studies*, vol. 12, n. 2, pp. 101-111.

Reid, S. D., 1983. The decision-maker and export entry and expansion, *Journal of International Business Studies*, vol. 12, n. 2, pp. 101-111.

Rico J. Baldegger and Patrick Schueffel, 2009. Le comportement d'internationalisation des PME suisses *Born global* et internationalisation progressive. *Revue internationale P.M.E.* Volume 22, Numéro 1, 2009, p. 9-45.

Roper, Stephen, Jun Du and James H Love, 2002. The Innovation Value Chain. *Economics and Strategy Group Aston Business School Aston University Birmingham, B4 7ET UK.*

Rosenbusch, Nina, Myrto Chliovaa JanBrinckmannal, 2013. Is microcredit a blessing for the poor? A meta-analysis examining development outcomes and contextual considerations. *Journal of Business Venturing* Volume 30, Issue 3, May 2015, Pages 467-487.

Rugman A. M. ; Collinson S., 2009. International business. Harlow (England) : Prentice Hall Financial Times.

Ruzo, Losada, Navarro, and Diez, 2011. Resources and international marketing strategy in export firms Implications for export performance. *Management Research Review*, 34 (5): 23 Apr 26, 2011.

Scherer, Frederic M., 1980. Industrial Market Structure and Economic Performance. *Houghton Mifflin*, 1980 - 632 pages.

- Schlegelmilch, BB, S Therivel, 1987. The use of marketing research in engineering companies: empirical evidence from the US and the UK. *Department of Business Studies, University of Edinburgh*.
- SCOTT, W. Richard, 1995. Institutions and Organizations. Ideas, Interests and Identities. *Paperback: 360 pages Publisher: Sage (1995) Language: English ISBN: 978-142242224*.
- Shirokova, Galina, and Tatyana Tsukanova, 2013. Impact of the Domestic Institutional Environment on the Degree of Internationalization of SMEs in Transition Economies. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation. Vol 14, Issue 3, 2013*.
- Souchon, Anne L. and Adamantios Diamantopoulos, 1997. Measuring Export Information Use: Scale Development and Validation. *Journal of Business Research 46(1):1-14*.
- SOUSA, C.M.P, MARTINEZ-LOPEZ, F.J and COELHO, F., 2008. The Determinants of Export Performance: A Reviews of the Research in the Literature Between 1998 and 2005, *International Journal of Management Reviews, 10(4), pp.343-374*.
- Sousa, C.M.P. and Lengler, J., 2011. Examining the Determinants of Interfunctional Coordination and Export Performance: An Investigation of Brazilian Exporters. *Advances in International Marketing 21: 189-206*.
- SOUSA, C.M.P., 2004. Export Performance Measurement: An Evaluation of the Empirical Research in the Literature, *Academy of Marketing Science Reviews, 9, pp. 1-23*.
- Stephen, A.T. and Toubia, O., 2013. "Intrinsic Vs. Image-Related Utility in Social Media: Why Do People Contribute Content to Twitter?," *Marketing Science (32:3), pp. 368-392*.
- Stoian, Maria Cristina, Alex Rialp Criado and Rialp Josep, 2011. International marketing strategy and export performance in Spanish SMEs: A contingency approach. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business 15(2):213 – 236*.
- Stöttinger, B. and Holzmüller, 2001. Cross-national stability of an export performance model: A comparative study of Austria and the US. *Management International Review 41(1):7-28*.
- Teece, David J., Gary Pisano and Amy Shuen, 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal. Volume18, Issue7*.
- Terpstra, Vern, 1987. The evolution of international marketing. *International Marketing Review ISSN: 0265-1335*.

- Trabelsi, B, R Charfi, L Bennis, SB Marzouk, H Eljebbari, and N Jebabli, 2013. Pharmacokinetics of bupivacaine after bilateral ultrasound-guided transversus abdominis plane block following cesarean delivery under spinal anesthesia. *International journal of obstetric anesthesia* 32, 17-20.
- Veblen, Thorstein, 1857-1929. THÉORIE DE LA CLASSE DE LOISIR. *Histoire de la pensée économique, xviii-xix s.*
- Venkataraman, N., 1989. Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement. *Management science*, 35 (8), 942-962.
- Verspagen, B. and Wakelin 1997. 'European Regional Clubs: Do they Exist and where are they Heading? On Economic and Technological Differences between European Regions', in J. Adams and F. Pigliaru (eds), *Economic Growth and Change*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Verstraete, Thierry, 2001. Entrepreneuriat : modélisation du phénomène. *Revue de l'Entrepreneuriat* 1(1) DOI:10.3917/entre.011.0005.
- Volchek, Daria, Kaisa Henttonen, Jan Edelmänn, 2013. Exploring the Role of a Country's Institutional Environment in Internationalization: Strategic Responses of SMEs in Russia, *Journal of East-West Business*, 10.1080/10669868.2013.851140, 19, 4, (317-350).
- Welter, Friederike, 2011. Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol 35, Issue 1.
- Wernerfelt, B., 1984. A Resource-based View of the Firm, *Strategic Management Journal*, 5(2), pp. 171-180.
- Wiklund, J. and Shepherd, D., 2005. Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>.
- Wood, Geoffrey, Mehmet Demirbag, 2012. Handbook of institutional approaches to international business. *Research output: Book/Report › Edited Book › Other › peer-review*.
- Wright, Mike, Igor Filatotchev, Robert E. Hoskisson and Mike W. Peng, 2005. Strategy Research in Emerging Economies: Challenging the Conventional Wisdom. *Journal of Management Studies*. 42, 1 Special Issue: *Strategy research in emerging economies: Challenging the conventional wisdom*.
- Xiaodong, Zhang Ziqian Wang, Nianzhe He, Zongwei Guo, Cuili Niu, Ting Song, Yafei Guo,

Keke Cao, Anhui Wang, Junjie Zhu and Zhichao Zhang, 2019. Proteolysis Targeting Chimeras for the Selective Degradation of Mcl-1/Bcl-2 Derived from Nonselective Target Binding Ligands. *J Med Chem.* 2019 Sep 12; 62(17):8152-8163. doi: 10.1021/acs.jmedchem.9b00919. Epub 2019 Aug 21.

Yang, W., W. Ni-Meister, N.Y. Kiang, P.R. Moorcroft, A.H. Strahler, and A. Oliphant, 2010: A clumped-foliage canopy radiative transfer model for a global dynamic terrestrial ecosystem model. II: Comparison to measurements. *Agric. Forest Meteorol.*, 150, 895-907, doi:10.1016/j.agrformet.2010.02.008.

Yaprak, Türkân Yücelsin, 1985. Un aperçu sur les diplômes de langue française: Delf-Dalf. *Synergies Turquie n° 2 - 2009 pp. 139-144 Université de Marmara.*

Yeoh, P.L. and Jeong, I., 1995. "Contingency relationships between entrepreneurship, export channel structure and environment: a proposed conceptual model of export performance", *European Journal of Marketing*, Vol. 29 No. 8, pp. 95-115.

Young, S. J. Hamil, C. Wheeler et J.R. Davis, 1989. International market entry and development : *strategies and management*, Prentice Hall.

Zahra, S A and George G, 2002. 'Absorptive capacity: a review, re-conceptualization, and extension', *Academy of Management Review*, 27, 185-203. Zahra, 1993).

Zhao, Hongxin and Shaoming Zou, 2002.javascript:popRef('affl-jimk.10.1.52.19527') The Impact of Industry Concentration and Firm Location on Export Propensity and Intensity: An Empirical Analysis of Chinese Manufacturing Firms. *Journal of International Marketing*. Vol 10, Issue 1, 2002.

Zhao, Y., 2003. Autoregulation in the biosynthesis of ribosomes. *Mol Cell Biol* 23(2):699-707

Zou, L, Liu D and Elledge SJ, 2003. Replication protein A-mediated recruitment and activation of Rad17 complexes. *Proc Natl Acad Sci U S A* 100(24):13827-32

Zou, S and STAN, S. (1998), The Determinants of Export Performance: E Reviews of the Empirical Littérature Between 1987 and 1997, *International Marketing Reviews*, 15(5), pp333-356.

Zou, Shaoming and Cavusgil S. Tamer, 2002. The GMS: A Broad Conceptualization of Global Marketing Strategy and Its Effect on Firm Performance. *Journal of Marketing*. Vol 66, Issue 4, 2002.

Annexe

ANNEXE 1 : Questionnaire

Cette enquête est réalisée dans le cadre d'une recherche du mémoire de mastère. Elle vise à concevoir un modèle de la performance extérieure.

Nous vous tiendrons informés des résultats de cette recherche si vous voulez être informée.

Le temps que vous consacriez à ce questionnaire n'excédera pas 10 minutes. Nous vous assurons que la confidentialité totale de vos réponses sera préservée.

1. IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE

1.1. NOM DE L'ENTREPRISE :

1.2. ADRESSE :

CODE POSTAL : VILLE :

Téléphone : e-mail :

1.3. ACTIVITE PRINCIPALE :

1.4. AUTRES ACTIVITES :

1.5. ANNEE DE CREATION :

1.6. STATUT JURIDIQUE (entreprise individuelle ou société / entreprise indépendante, filiale, agence ou bureau, etc.) :

1.7. EFFECTIF de l'établissement :

1.8. EFFECTIF de l'entreprise :

1.10. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES :

1.11. NOM et FONCTION DE L'INTERLOCUTEUR :

Veillez choisir la réponse qui vous convient :

- *Genre :*
- *Age :*
- *Nombre d'année d'expérience :*
- *Nombre d'employer :*

• **Qu'est ce qu'il vous motive pour se localiser dans le marché international ?**

nouveaux clients	nouveaux fournisseurs	nouveaux partenaires	nouvelles technologies	nouveau savoir faire et compétences	nouveau x sous-traitants	nouvelles sources d'innovation	nouvelles économies (ressources)

	Secondaire	Baccalauréat	Universitaire premier cycle	Universitaire deuxième cycle	Universitaire troisième cycle
Niveau d'éducation					

Variables	Items	[0 ; 20%[[20% ; 40%[[40% ; 60%[[40% ; 60%[[80% ; 100%[
Dépendantes	Degré d'intégration à la décision de l'exportation					
	Performance à l'exportation					
Variables liées à l'entrepreneur	Degré d'intégration de l'entreprise à l'orientation internationale					
	Degré d'investissement dans l'étrangère					
Variables internes de l'entreprise	Degré de qualification moyenne des employés					
	Degré d'impact des produits domestiques sur les décisions d'exportation					
	Degré de satisfaction de l'extérieure à l'internationale					
Variables externes	Degré de satisfaction du marché internationale sur le produit domestique					
	Degré de Compétitivité des produits locaux					
	Taux de change					

Analyse univariée des variables

Variables dépendantes

Effectifs

Statistiques

		Décision à l'exportation	Performance à l'exportation
N	Valide	300	300
	Manquante	0	0
Moyenne		4,07	4,14
Médiane		4,00	5,00
Mode		5	5
Ecart-type		,998	,992
Asymétrie		-,752	-,698
Erreur std. d'asymétrie		,141	,141
Aplatissement		-,162	-,426
Erreur std. d'aplatissement		,281	,281
Intervalle		4	4
Minimum		1	1
Maximum		5	5
Centiles	25	3,00	3,00
	50	4,00	5,00
	75	5,00	5,00

Tableau de fréquences

Décision à l'exportation

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
2	10	3,3	3,3	5,0
3	79	26,3	26,3	31,3
4	71	23,7	23,7	55,0
5	135	45,0	45,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Performance à l'exportation

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
3	99	33,0	33,0	34,7
4	40	13,3	13,3	48,0
5	156	52,0	52,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Variables liées à l'entrepreneur (VLE)

Effectifs

Statistiques

		Formation de l'entrepreneur	Orientation internationale de l'entrepreneur
N	Valide	300	300
	Manquante	0	0
Moyenne		4,04	4,17
Médiane		4,00	4,00
Mode		5	5
Ecart-type		,912	,974
Asymétrie		-,606	-,996
Erreur std. d'asymétrie		,141	,141
Aplatissement		,065	,407
Erreur std. d'aplatissement		,281	,281
Intervalle		4	4
Minimum		1	1
Maximum		5	5

	25	3,00	3,00
Centiles	50	4,00	4,00
	75	5,00	5,00

Tableau de fréquences

Formation de l'entrepreneur				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
3	89	29,7	29,7	31,3
Valide 4	91	30,3	30,3	61,7
5	115	38,3	38,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Orientation internationale de l'entrepreneur				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
2	10	3,3	3,3	5,0
3	61	20,3	20,3	25,3
Valide 4	78	26,0	26,0	51,3
5	146	48,7	48,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Variables internes de l'entreprise (VIE)

Effectifs

Statistiques				
		Technologie et l'innovation	Qualification des compétences humaine	Richesse des sources d'information
N	Valide	300	300	300
	Manquante	0	0	0
Moyenne		4,20	4,41	4,11
Médiane		4,00	5,00	4,00
Mode		4	5	4
Ecart-type		,767	,777	,737
Asymétrie		-1,253	-1,729	-1,179
Erreur std. d'asymétrie		,141	,141	,141
Aplatissement		3,269	4,411	3,603
Erreur std. d'aplatissement		,281	,281	,281
Intervalle		4	4	4
Minimum		1	1	1
Maximum		5	5	5
Centiles	25	4,00	4,00	4,00
	50	4,00	5,00	4,00
	75	5,00	5,00	5,00

Tableau de fréquences

Technologie et l'innovation				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
3	34	11,3	11,3	13,0
Valide 4	152	50,7	50,7	63,7
5	109	36,3	36,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Qualification des compétences humaine				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
3	24	8,0	8,0	9,7
Valide 4	108	36,0	36,0	45,7
5	163	54,3	54,3	100,0

Total	300	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Richesse des sources d'information

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
3	37	12,3	12,3	14,0
Valide 4	174	58,0	58,0	72,0
5	84	28,0	28,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Variables externes (VEX)

Effectifs

Statistiques

		Demande du marché	Compétitivité	Taux de change
N	Valide	300	300	300
	Manquante	0	0	0
Moyenne		3,92	4,17	2,30582
Médiane		4,00	4,00	3,25700
Mode		4	5	3,257
Ecart-type		,800	,944	1,229562
Asymétrie		-1,046	-,826	-,598
Erreur std. d'asymétrie		,141	,141	,141
Aplatissement		2,121	,104	-1,468
Erreur std. d'aplatissement		,281	,281	,281
Intervalle		4	4	3,236
Minimum		1	1	,021
Maximum		5	5	3,257
	25	4,00	3,00	1,00000
Centiles	50	4,00	4,00	3,25700
	75	4,00	5,00	3,25700

Tableau de fréquences

Demande du marché

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
2	10	3,3	3,3	5,0
3	48	16,0	16,0	21,0
Valide 4	177	59,0	59,0	80,0
5	60	20,0	20,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Compétitivité

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	5	1,7	1,7	1,7
3	82	27,3	27,3	29,0
Valide 4	65	21,7	21,7	50,7
5	148	49,3	49,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Taux de change

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
,021	16	5,3	5,3	5,3
,306	9	3,0	3,0	8,3
Valide ,611	10	3,3	3,3	11,7
1,000	80	26,7	26,7	38,3
3,257	185	61,7	61,7	100,0

Total	300	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Autres Variables

Effectifs

Statistiques

		Age	Genre	Expérience	Nombre d'Employé	Motivation pour la localiser dans le marché international
N	Valide	300	300	300	300	300
	Manquante	0	0	0	0	0
Moyenne		40,82	,47	7,12	16,15	4,59
Médiane		40,00	,00	6,00	15,00	4,00
Mode		40	0	6	15	3
Ecart-type		8,785	,500	3,961	6,771	2,068
Variance		77,176	,250	15,691	45,840	4,276
Asymétrie		,002	,121	,835	,248	,249
Erreur std. d'asymétrie		,141	,141	,141	,141	,141
Aplatissement		-,528	-1,999	,503	-,798	-1,185
Erreur std. d'aplatissement		,281	,281	,281	,281	,281
Intervalle		39	1	21	33	7
Minimum		21	0	1	2	1
Maximum		60	1	22	35	8
	25	35,00	,00	5,00	11,00	3,00
Centiles	50	40,00	,00	6,00	15,00	4,00
	75	45,75	1,00	10,00	22,00	6,00

Tableau de fréquences

Age

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
21	2	,7	,7	,7
23	5	1,7	1,7	2,3
25	10	3,3	3,3	5,7
26	6	2,0	2,0	7,7
28	6	2,0	2,0	9,7
29	3	1,0	1,0	10,7
30	4	1,3	1,3	12,0
31	9	3,0	3,0	15,0
32	12	4,0	4,0	19,0
33	8	2,7	2,7	21,7
34	5	1,7	1,7	23,3
35	13	4,3	4,3	27,7
36	11	3,7	3,7	31,3
37	1	,3	,3	31,7
38	1	,3	,3	32,0
39	7	2,3	2,3	34,3
40	69	23,0	23,0	57,3
41	9	3,0	3,0	60,3
42	9	3,0	3,0	63,3
43	3	1,0	1,0	64,3
44	6	2,0	2,0	66,3
45	26	8,7	8,7	75,0
46	3	1,0	1,0	76,0
47	2	,7	,7	76,7
48	2	,7	,7	77,3
49	3	1,0	1,0	78,3
50	8	2,7	2,7	81,0
51	14	4,7	4,7	85,7
52	13	4,3	4,3	90,0
54	6	2,0	2,0	92,0
55	9	3,0	3,0	95,0
56	7	2,3	2,3	97,3

57	3	1,0	1,0	98,3
58	2	,7	,7	99,0
60	3	1,0	1,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Genre

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
0	159	53,0	53,0	53,0
1	141	47,0	47,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Expérience

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	18	6,0	6,0	6,0
2	12	4,0	4,0	10,0
3	9	3,0	3,0	13,0
4	29	9,7	9,7	22,7
5	50	16,7	16,7	39,3
6	59	19,7	19,7	59,0
7	19	6,3	6,3	65,3
8	11	3,7	3,7	69,0
9	13	4,3	4,3	73,3
10	21	7,0	7,0	80,3
11	6	2,0	2,0	82,3
12	23	7,7	7,7	90,0
13	4	1,3	1,3	91,3
14	7	2,3	2,3	93,7
15	12	4,0	4,0	97,7
16	3	1,0	1,0	98,7
17	1	,3	,3	99,0
20	2	,7	,7	99,7
22	1	,3	,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Nombre d'Employé

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
2	1	,3	,3	,3
4	2	,7	,7	1,0
5	11	3,7	3,7	4,7
6	6	2,0	2,0	6,7
7	14	4,7	4,7	11,3
8	4	1,3	1,3	12,7
9	10	3,3	3,3	16,0
10	17	5,7	5,7	21,7
11	15	5,0	5,0	26,7
12	25	8,3	8,3	35,0
13	14	4,7	4,7	39,7
14	25	8,3	8,3	48,0
15	28	9,3	9,3	57,3
16	5	1,7	1,7	59,0
17	4	1,3	1,3	60,3
18	2	,7	,7	61,0
19	1	,3	,3	61,3
20	14	4,7	4,7	66,0
21	21	7,0	7,0	73,0
22	21	7,0	7,0	80,0
23	12	4,0	4,0	84,0

24	11	3,7	3,7	87,7
25	13	4,3	4,3	92,0
26	3	1,0	1,0	93,0
27	9	3,0	3,0	96,0
30	11	3,7	3,7	99,7
35	1	,3	,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Motivation pour la localiser dans le marché international

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	6	2,0	2,0	2,0
2	46	15,3	15,3	17,3
3	74	24,7	24,7	42,0
4	26	8,7	8,7	50,7
Valide 5	37	12,3	12,3	63,0
6	49	16,3	16,3	79,3
7	22	7,3	7,3	86,7
8	40	13,3	13,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Analyse Factorielle

Variables liées à l'entrepreneur (VLE)

Fiabilité

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,647	,648	2

Matrice de corrélation inter-items

	Formation de l'entrepreneur	Orientation internationale de l'entrepreneur
Formation de l'entrepreneur	1,000	,479
Orientation internationale de l'entrepreneur	,479	1,000

ANOVA avec test de Friedman et test de non-additivité de Tukey

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	Khi-deux de Friedman	Sig.
Entre les personnes	393,298	299	1,315		
Entre éléments	2,535	1	2,535	5,454	,020
Non-additivité	,782 ^a	1	,782	1,686	,195
Intra-population Résidu	138,183	298	,464		
Equilibre					
Total	138,965	299	,465		
Total	141,500	300	,472		
Total	534,798	599	,893		

Moyenne générale = 4,10

a. Estimation de Tukey concernant la puissance à laquelle les observations doivent être élevées pour atteindre une additivité égale à -1,813.

Coefficient de corrélation intra-classe

	Corrélation intra-classe ^b	Intervalle de confiance à 95%		Test F avec valeur réelle 0			
		Borne inférieure	Limite supérieure	Valeur	ddl1	ddl2	Sig.
Mesures uniques	,478 ^a	,386	,561	2,830	299	299	,000
Mesures moyennes	,647 ^c	,557	,718	2,830	299	299	,000

Modèle à effets mixtes à deux facteurs lorsque les effets sur les personnes sont aléatoires et les effets des mesures sont fixes.

a. L'estimateur est identique, que l'effet d'interaction soit présent ou non.

b. Coefficients de corrélation intra-classe de type C utilisant une définition d'homogénéité (la variance entre mesures est exclue de l'écart d'activité).

c. Cette estimation est calculée en supposant que l'effet d'interaction est inexistant, puisqu'il ne peut pas être estimé autrement.

Analyse factorielle

Matrice de corrélation^a

		Formation de l'entrepreneur	Orientation internationale de l'entrepreneur
Corrélation	Formation de l'entrepreneur	1,000	,479
	Orientation internationale de l'entrepreneur	,479	1,000
Signification (unilatérale)	Formation de l'entrepreneur		,000
	Orientation internationale de l'entrepreneur	,000	

a. Déterminant = ,771

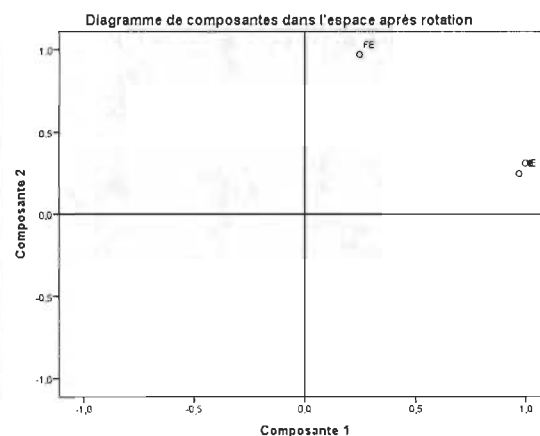
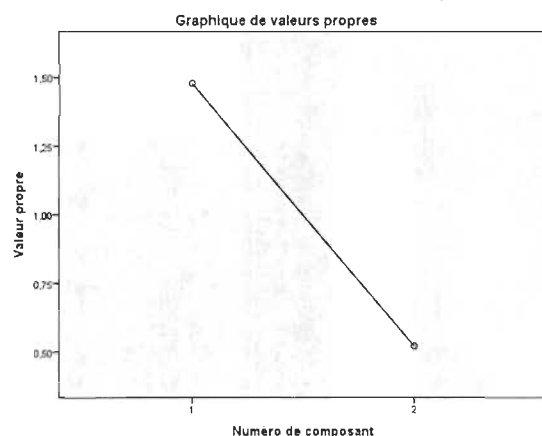
Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.	,500
Khi-deux approximé	77,494
Test de sphéricité de Bartlett	ddl
Signification de Bartlett	,000

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus			Somme d
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés	
1	1,479	73,944	73,944	1,479	73,944	73,944	
2	,521	26,056	100,000	,521	26,056	100,000	

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.



Matrice des composantes^a

	Composante	
	1	2
Formation de l'entrepreneur	,860	-,510
Orientation internationale de l'entrepreneur	,860	,510

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

a. 2 composantes extraites.

Matrice des composantes après rotation^a

	Composante	
	1	2
Formation de l'entrepreneur	,247	,969
Orientation internationale de l'entrepreneur	,969	,247

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

a. La rotation a convergé en 3 itérations.

Matrice des coefficients des coordonnées des composantes

	Composante	
	1	2
Formation de l'entrepreneur	-,281	1,104
Orientation internationale de l'entrepreneur	1,104	-,281

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

Scores composante.

Variables internes de l'entreprise (VIE)

Fiabilité

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,691	,691	3

Matrice de corrélation inter-items

	Technologie et l'innovation	Qualification des compétences humaine	Richesse des sources d'information
Technologie et l'innovation	1,000	,237	,388
Qualification des compétences humaine	,237	1,000	-,095
Richesse des sources d'information	,388	-,095	1,000

ANOVA avec test de Friedman et test de non-additivité de Tukey

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	Khi-deux de Friedman	Sig.
Entre les personnes	234,160	299	,783		
Entre éléments	14,827	2	7,413	15,546	,000
Non-additivité	,412 ^a	1	,412	,864	,353
Intra-population	284,761	597	,477		
Résidu	285,173	598	,477		
Total	300,000	600	,500		
Total	534,160	899	,594		

Moyenne générale = 4,24

a. Estimation de Tukey concernant la puissance à laquelle les observations doivent être élevées pour atteindre une additivité égale à 2,386.

Coefficient de corrélation intra-classe

	Corrélation intra-classe ^b	Intervalle de confiance à 95%		Test F avec valeur réelle 0			
		Borne inférieure	Limite supérieure	Valeur	ddl1	ddl2	Sig.
Mesures uniques	,176 ^a	,105	,251	1,642	299	598	,000
Mesures moyennes	,391 ^c	,261	,501	1,642	299	598	,000

Modèle à effets mixtes à deux facteurs lorsque les effets sur les personnes sont aléatoires et les effets des mesures sont fixes.

a. L'estimateur est identique, que l'effet d'interaction soit présent ou non.

b. Coefficients de corrélation intra-classe de type C utilisant une définition d'homogénéité (la variance entre mesures est exclue de l'écart d'activité).

c. Cette estimation est calculée en supposant que l'effet d'interaction est inexistant, puisqu'il ne peut pas être estimé autrement.

Analyse factorielle

Matrice de corrélation^a

		Technologie et l'innovation	Qualification des compétences humaine	Richesse des sources d'information
Corrélation	Technologie et l'innovation	1,000	,237	,388
	Qualification des compétences humaine	,237	1,000	-,095
	Richesse des sources d'information	,388	-,095	1,000
Signification (unilatérale)	Technologie et l'innovation		,000	,000

Qualification des compétences humaine	,000		,051
Richesse des sources d'information	,000	,051	

a. Déterminant = ,767

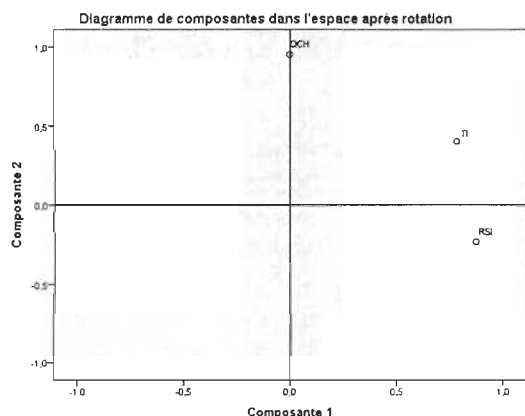
Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.	,608
Khi-deux approximé	78,712
Test de sphéricité de Bartlett ddl	3
Signification de Bartlett	,000

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus			Somme des ca
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés	
1	1,417	47,224	47,224	1,417	47,224	47,224	1,376
2	1,083	36,112	83,335	1,083	36,112	83,335	1,124
3	,500	16,665	100,000				

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.



Matrice des composantes^a

	Composante	
	1	2
Technologie et l'innovation	,874	,106
Qualification des compétences humaine	,328	,894
Richesse des sources d'information	,739	-,523

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

a. 2 composantes extraites.

Matrice des composantes après rotation^a

	Composante	
	1	2
Technologie et l'innovation	,783	,403
Qualification des compétences humaine	-,003	,952
Richesse des sources d'information	,874	-,233

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

a. La rotation a convergé en 3 itérations.

Matrice de tranformation des composantes

Composante	1	2
1	,938	,347
2	-,347	,938

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

Matrice des coefficients des coordonnées des composantes

	Composante	
	1	2
Technologie et l'innovation	,544	,306
Qualification des compétences humaine	-,069	,854
Richesse des sources d'information	,656	-,271

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

Scores composante.

Variables externes (VEX)

Fiabilité

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,675	,676	2

Matrice de corrélation inter-items

	Demande du marché	Compétitivité
Demande du marché	1,000	,039
Compétitivité	,039	1,000

ANOVA avec test de Friedman et test de non-additivité de Tukey

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	Khi-deux de Friedman	Sig.
Entre les personnes	237,693	299	,795		
Entre éléments	9,127	1	9,127	12,411	,000
Non-additivité	5,931 ^a	1	5,931	8,261	,004
Intra-population	213,942	298	,718		
Résidu	219,873	299	,735		
Equilibre	229,000	300	,763		
Total	466,693	599	,779		

Moyenne générale = 4,05

a. Estimation de Tukey concernant la puissance à laquelle les observations doivent être élevées pour atteindre une additivité égale à -4,183.

Coefficient de corrélation intra-classe

	Corrélation intra-classe ^b	Intervalle de confiance à 95%		Test F avec valeur réelle 0			
		Borne inférieure	Limite supérieure	Valeur	ddl1	ddl2	Sig.
Mesures uniques	,039 ^a	-,074	,151	1,081	299	299	,250
Mesures moyennes	,075 ^c	-,161	,263	1,081	299	299	,250

Modèle à effets mixtes à deux facteurs lorsque les effets sur les personnes sont aléatoires et les effets des mesures sont fixes.

a. L'estimateur est identique, que l'effet d'interaction soit présent ou non.

b. Coefficients de corrélation intra-classe de type C utilisant une définition d'homogénéité (la variance entre mesures est exclue de l'écart d'activité).

c. Cette estimation est calculée en supposant que l'effet d'interaction est inexistant, puisqu'il ne peut pas être estimé autrement.

Analyse factorielle

Matrice de corrélation^a

		Demande du marché	Compétitivité
Corrélation	Demande du marché	1,000	,039
	Compétitivité	,039	1,000
Signification (unilatérale)	Demande du marché		,248
	Compétitivité	,248	

a. Déterminant = ,998

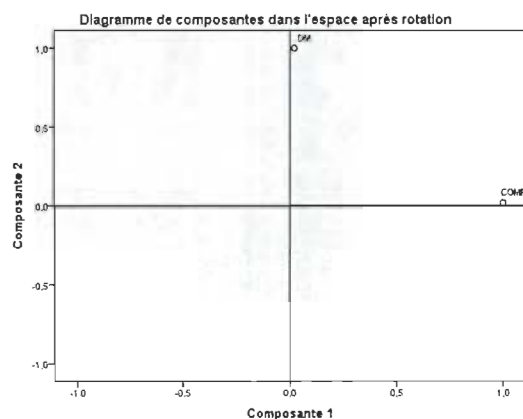
Indice KMO et test de Bartlett

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,500
Khi-deux approximé		,464
Test de sphéricité de Bartlett	ddl	1
Signification de Bartlett		,496

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	1,039	51,974	51,974	1,039	51,974	51,974
2	,961	48,026	100,000	,961	48,026	100,000

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.



Matrice des composantes^a

	Composante	
	1	2
Demande du marché	,721	,693
Compétitivité	,721	-,693

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

a. 2 composantes extraites.

Matrice des composantes après rotation^a

	Composante	
	1	2
Demande du marché	,020	1,000
Compétitivité	1,000	,020

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

a. La rotation a convergé en 3 itérations.

Matrice des coefficients des coordonnées des composantes

	Composante	
	1	2
Demande du marché	-,020	1,001
Compétitivité	1,001	-,020

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

Scores composante.

Analyse multivariée des modèles d'exportation

*****Modèle 1: DEXP*****

. *****Matrice de corrélation*****

. *****Pearson*****

	dexp	vle	vie	vex	tch	age	genre
dexp	1.0000						
vle	0.1447 0.0121	1.0000					
vie	0.4580 0.0000	0.0127 0.8261	1.0000				
vex	-0.0064 0.9121	0.3424 0.0000	-0.0562 0.3319	1.0000			
tch	0.1334 0.0208	0.1109 0.0550	0.0035 0.9518	0.0200 0.7304	1.0000		
age	-0.0589 0.3094	-0.0975 0.0918	0.0763 0.1876	-0.0307 0.5958	-0.1466 0.0110	1.0000	
genre	-0.1198 0.0380	0.0731 0.2071	-0.0373 0.5195	-0.0349 0.5472	-0.0245 0.6726	0.0784 0.1758	1.0000
experience	-0.1443 0.0123	0.1064 0.0657	-0.0356 0.5391	0.0569 0.3257	-0.1876 0.0011	0.5106 0.0000	0.1319 0.0223
employes	-0.0684 0.2375	-0.1535 0.0077	-0.0390 0.5009	-0.0471 0.4164	-0.2110 0.0002	0.0466 0.4212	-0.1246 0.0309
motivation	0.1161 0.0445	0.1022 0.0773	-0.0734 0.2050	0.0210 0.7167	0.4639 0.0000	-0.0602 0.2991	0.0770 0.1833
	experience employes motiva~n						
experience	1.0000						
employes	-0.0270 0.6415	1.0000					
motivation	-0.1075 0.0630	0.0448 0.4397	1.0000				

. *****Spearman*****

	dexp	vle	vie	vex	tch	age	genre	experience	employes	motiva~n
dexp	1.0000									
vle	-0.0928 0.1086	1.0000								
vie	0.3999 0.0000	-0.2929 0.0000	1.0000							
vex	-0.2777 0.0000	-0.0711 0.2193	-0.4096 0.0000	1.0000						
tch	0.1153 0.0460	0.1083 0.0609	-0.0517 0.3722	-0.0269 0.6427	1.0000					
age	-0.0528	-0.1097	0.0908	-0.0256	-0.1463	1.0000				

		0.3626	0.0577	0.1164	0.6583	0.0112					
genre		-0.1363	0.1129	-0.0705	-0.0222	-0.0186	0.0854	1.0000			
		0.0182	0.0508	0.2231	0.7013	0.7487	0.1398				
experience		-0.1396	0.1389	-0.0918	0.0392	-0.1265	0.4536	0.1305	1.0000		
		0.0155	0.0160	0.1127	0.4991	0.0285	0.0000	0.0238			
employes		-0.0296	-0.1522	0.0449	0.0055	-0.2257	0.0423	-0.1281	-0.0807	1.0000	
		0.6100	0.0083	0.4389	0.9241	0.0001	0.4652	0.0265	0.1634		
motivation		0.1158	0.0644	-0.1078	-0.0227	0.4723	-0.0486	0.0598	-0.0923	0.0533	1.0000
		0.0451	0.2663	0.0623	0.6958	0.0000	0.4013	0.3021	0.1108	0.3580	

****Test de présence d'un problème d'hétéroscédasticité****

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	300
Model	83.2249405	9	9.24721561	F(9, 290)	=	12.51
Residual	214.30506	290	.738982964	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.2797
				Adj R-squared	=	0.2574
Total	297.53	299	.995083612	Root MSE	=	.85964

dexp	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
vle	.147704	.0550245	2.68	0.008	.0394061	.256002
vie	.4521089	.0504529	8.96	0.000	.3528087	.5514091
vex	-.0346909	.0531706	-0.65	0.515	-.1393401	.0699582
tch	.0211559	.0482805	0.44	0.662	-.0738688	.1161805
age	-.0002366	.0067507	-0.04	0.972	-.0135233	.01305
genre	-.2294715	.1023322	-2.24	0.026	-.4308796	-.0280634
experience	.0274485	.0151958	1.81	0.072	-.0024596	.0573566
employes	-.0068916	.0077919	-0.88	0.377	-.0222275	.0084444
motivation	.0588427	.0279273	2.11	0.036	.0038767	.1138087
_cons	4.175375	.3106609	13.44	0.000	3.563939	4.786811

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity

Ho: Constant variance
Variables: fitted values of dexp

chi2(1) = 3.42
Prob > chi2 = 0.0646

Multinomial probit regression Number of obs = 300
Wald chi2(18) = 59.6352
Log pseudolikelihood = -183.24896 Prob > chi2 = 0.0000

dexp	Coef.	Robust Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
3						
vle	1.188209	.2603313	4.56	0.000	.6779685	1.698449
vie	-.8478682	.1954595	-4.34	0.000	-1.230962	-.4647745
vex	1.343971	.205452	6.54	0.000	.9412929	1.74665
tch	-.2256111	.1587114	-1.42	0.155	-.5366798	.0854575
age	.0141753	.0063567	2.23	0.013	.0017161	.0266344
genre	.4925375	.3114992	1.58	0.114	-.1179897	1.103065
experience	.0099765	.0449955	0.22	0.825	-.0782131	.098166
employes	.0123558	.0237835	0.52	0.603	-.034259	.0589705
motivation	.1872566	.0806784	2.32	0.020	.0291299	.3453833
_cons	-.6906931	.876599	-0.79	0.431	-2.408796	1.027409
4						
vle	-.4387703	.1713446	-2.56	0.010	-.7745996	-.1029411
vie	-3.541085	.2215994	-15.98	0.000	-3.975412	-3.106759
vex	-1.107668	.1885404	-5.87	0.000	-1.4772	-.7381351
tch	.1429426	.1456829	0.98	0.326	-.1425907	.4284758

age							
_predict							
1		0 (empty)					
2		0 (empty)					
3	.0029228	.0014912	1.96	0.025	.0000001	.0058456	
4	.0019947	.0006999	2.85	0.002	.0006229	.0033665	
5	-.000928	.0027236	-0.34	0.733	-.0062662	.0044101	

genre							
_predict							
1		0 (empty)					
2		0 (empty)					
3	.0290401	.0460972	0.63	0.529	-.0613087	.119389	
4	.0789239	.0338621	2.33	0.020	.0125553	.1452925	
5	-.107964	.0431945	-2.50	0.012	-.1926236	-.0233044	

experience							
_predict							
1		0 (empty)					
2		0 (empty)					
3	.0005625	.0067675	0.08	0.934	-.0127016	.0138266	
4	.0016513	.0007753	2.13	0.017	.0001317	.0031709	
5	.0022137	.0009461	2.34	0.010	.0003593	.0040681	

employes							
_predict							
1		0 (empty)					
2		0 (empty)					
3	.0005501	.0035989	0.15	0.879	-.0065036	.0076038	
4	.0023446	.0025573	0.92	0.359	-.0026677	.0073569	
5	-.0028947	.0033826	-0.86	0.392	-.0095245	.0037352	

motivation							
_predict							
1		0 (empty)					
2		0 (empty)					
3	.0116785	.0039322	2.97	0.001	.0039714	.0193856	
4	.0287022	.0089554	3.21	0.001	.0111523	.0462544	
5	.0403806	.0112709	3.58	0.000	.0182902	.0624711	

. *****Modèle 2: PEXP*****

. *****Matrice de corrélation*****

. *****Pearson*****

	pexp	vle	vie	vex	tch	age	genre
pexp	1.0000						
vle	-0.1815 0.0016	1.0000					
vie	0.7302 0.0000	0.0127 0.8261	1.0000				
vex	-0.0539 0.3521	0.3424 0.0000	-0.0562 0.3319	1.0000			
tch	0.0487 0.4006	0.1109 0.0550	0.0035 0.9518	0.0200 0.7304	1.0000		
age	0.0884 0.1264	-0.0975 0.0918	0.0763 0.1876	-0.0307 0.5958	-0.1466 0.0110	1.0000	
genre	-0.0859	0.0731	-0.0373	-0.0349	-0.0245	0.0784	1.0000

```

      |      0.1376   0.2071   0.5195   0.5472   0.6726   0.1758
experience | -0.0749   0.1064  -0.0356   0.0569  -0.1876   0.5106   0.1319
      |      0.1955   0.0657   0.5391   0.3257   0.0011   0.0000   0.0223
      |
      |      -0.0131  -0.1535  -0.0390  -0.0471  -0.2110   0.0466  -0.1246
      |      0.8212   0.0077   0.5009   0.4164   0.0002   0.4212   0.0309
      |
motivation | -0.0339   0.1022  -0.0734   0.0210   0.4639  -0.0602   0.0770
      |      0.5588   0.0773   0.2050   0.7167   0.0000   0.2991   0.1833
      |
      | experience employees motiva~n
-----+-----
experience | 1.0000
      |
      |      -0.0270   1.0000
      |      0.6415
      |
      |      -0.1075   0.0448   1.0000
      |      0.0630   0.4397
      |
. *****Spearman*****
      |      pexp      vle      vie      vex      tch      age      genre experience
employees motiva~n
-----+-----
      |
pexp | 1.0000
      |
      |      -0.3099   1.0000
      |      0.0000
      |
      |      0.6552  -0.2929   1.0000
      |      0.0000   0.0000
      |
      |      -0.2366  -0.0711  -0.4096   1.0000
      |      0.0000   0.2193   0.0000
      |
      |      0.0134   0.1083  -0.0517  -0.0269   1.0000
      |      0.8177   0.0609   0.3722   0.6427
      |
      |      0.1041  -0.1097   0.0908  -0.0256  -0.1463   1.0000
      |      0.0718   0.0577   0.1164   0.6583   0.0112
      |
      |      -0.0957   0.1129  -0.0705  -0.0222  -0.0186   0.0854   1.0000
      |      0.0980   0.0508   0.2231   0.7013   0.7487   0.1398
      |
      |      -0.0824   0.1389  -0.0918   0.0392  -0.1265   0.4536   0.1305   1.0000
      |      0.1546   0.0160   0.1127   0.4991   0.0285   0.0000   0.0238
      |
      |      0.0276  -0.1522   0.0449   0.0055  -0.2257   0.0423  -0.1281  -0.0807
1.0000 |
      |      0.6340   0.0083   0.4389   0.9241   0.0001   0.4652   0.0265   0.1634
      |
      |      -0.0559   0.0644  -0.1078  -0.0227   0.4723  -0.0486   0.0598  -0.0923
0.0533 1.0000 |
      |      0.3348   0.2663   0.0623   0.6958   0.0000   0.4013   0.3021   0.1108
0.3580 |
      |
. ****Test de présence d'un problème d'hétéroscédasticité*****
      |      Source      |      SS      |      df      |      MS      |      Number of obs      |      =      |      300
-----+-----+-----+-----+-----+-----+-----+
      |      Model      |      170.83801      |      9      |      18.9820011      |      F(9, 290)      |      =      |      44.65
      |      Residual    |      123.28199      |      290     |      .42511031      |      Prob > F      |      =      |      0.0000
      |      Total      |      294.12      |      299     |      .98367893      |      R-squared      |      =      |      0.5808
-----+-----+-----+-----+-----+-----+
      |      Total      |      294.12      |      299     |      .98367893      |      Adj R-squared   |      =      |      0.5678
      |      Root MSE    |      .652      |

```

pexp	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
vle	-.2076385	.0417339	-4.98	0.000	-.2897783	-.1254987
vie	.7244556	.0382666	18.93	0.000	.6491402	.799771
vex	.058339	.0403279	1.45	0.149	-.0210334	.1377114
tch	.0464681	.0366189	1.27	0.205	-.0256044	.1185407
age	.0051262	.0051202	1.00	0.318	-.0049512	.0152036
genre	-.0819915	.0776151	-1.06	0.292	-.2347518	.0707688
experience	-.0088999	.0115254	-0.77	0.441	-.031584	.0137842
employees	-.0015755	.0059099	-0.27	0.790	-.0132072	.0100563
motivation	.0075381	.0211818	0.36	0.722	-.0341515	.0492277
_cons	3.916331	.2356244	16.62	0.000	3.45258	4.380082

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity

Ho: Constant variance

Variables: fitted values of pexp

chi2(1) = 7.19

Prob > chi2 = 0.0073

Multinomial probit regression

Number of obs = 300

Wald chi2(18) = .

Log pseudolikelihood = -136.97309

Prob > chi2 = .

	pexp	Coef.	Robust Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
2							
	vle	.1584235	.0254809	6.22	0.000	.1084818	.2083653
	vie	-.1660847	.0189486	-8.76	0.000	-.2032233	-.128946
	vex	.1564938	.0273446	5.72	0.000	.1028994	.2100883
	tch	-.0370414	.0165718	-2.24	0.025	-.0695215	-.0045614
	age	.0031832	.0013431	2.37	0.000	.0005507	.0058157
	genre	.035709	.0338995	1.05	0.292	-.0307328	.1021508
	experience	.0012478	.0005521	2.26	0.011	.0001657	.0023299
	employees	.0007742	.0024426	0.32	0.751	-.0040132	.0055615
	motivation	.0039307	.001136	3.46	0.000	.0017041	.0061573
	_cons	-2.881298	.5223096	-5.52	0.000	-3.905006	-1.85759
3							
	vle	1.487179	.2229514	6.67	0.000	1.050202	1.924156
	vie	-2.71897	.3201628	-8.49	0.000	-3.346477	-2.091462
	vex	.1931814	.2826715	0.68	0.494	-.3608446	.7472075
	tch	-.3328201	.1635052	-2.04	0.042	-.6532844	-.0123558
	age	.0297983	.0126801	2.35	0.009	.0049453	.2783283
	genre	.2897696	.316215	0.92	0.359	-.3300003	.9095395
	experience	.0248544	.0097852	2.54	0.006	.0056754	.0440334
	employees	.0024281	.0220468	0.11	0.912	-.0407828	.045639
	motivation	.0395362	.015942	2.48	0.007	.0082899	.0707825
	_cons	.1060441	.9582363	0.11	0.912	-1.772064	1.984153
4							
	vle	.7306726	.166268	4.39	0.000	.4047934	1.056552
	vie	-6.364318	.4245671	-14.99	0.000	-7.196454	-5.532182
	vex	-5.436478	.4498024	-12.09	0.000	-6.318074	-4.554881
	tch	-.0989175	.1809096	-0.55	0.585	-.4534937	.2556587
	age	.0142832	.0055794	2.56	0.005	.0033476	.0252188
	genre	.035709	.0338995	1.05	0.292	-.0307328	.1021508
	experience	.0691829	.0314468	2.20	0.014	.0075472	.1308186
	employees	-.0197872	.0277807	-0.71	0.476	-.0742363	.034662
	motivation	.0308581	.0133009	2.32	0.010	.0047883	.0569279
	_cons	-2.588122	1.377722	-1.88	0.060	-5.288407	.1121636
5		(base outcome)					

Akaike's information criterion and Bayesian information criterion

Note: N=Obs used in calculating BIC; see [R] BIC note.

		Delta-method					
		dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
vle							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	.1584235	.0254809	6.22	0.000	.1084818	.2083653
	3	.0213847	.0101317	2.11	0.035	.0015269	.0412425
	4	-.1798082	.0226186	-7.95	0.000	-.2241399	-.1354765
vie							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	-.1660847	.0189486	-8.76	0.000	-.2032233	-.128946
	3	-.4377477	.038009	-11.52	0.000	-.512244	-.3632514
	4	.6038323	.0344736	17.52	0.000	.5362653	.6713993
vex							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	.1564938	.0273446	5.72	0.000	.1028994	.2100883
	3	-.4357455	.0313714	-13.89	0.000	-.4972323	-.3742587
	4	.2792517	.0290942	9.60	0.000	.2222281	.3362752
tch							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	-.0370414	.0165718	-2.24	0.025	-.0695215	-.0045614
	3	.0003358	.0123009	0.03	0.978	-.0237736	.0244452
	4	.0367056	.0223513	1.64	0.101	-.0071022	.0805134
age							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	.0031832	.0013431	2.37	0.000	.0005507	.0058157
	3	.0003999	.0001799	2.22	0.013	.0000473	.0007525
	4	.0035831	.0014448	2.48	0.007	.0007513	.00641491
genre							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	.035709	.0338995	1.05	0.292	-.0307328	.1021508
	3	-.0114523	.0249812	-0.46	0.647	-.0604146	.03751
	4	-.0242567	.0422682	-0.57	0.566	-.1071009	.0585875
experience							
	_predict						
	1	0	(empty)				
	2	.0012478	.0005521	2.26	0.012	.00016568	.0023299
	3	.004874	.0015184	3.21	0.001	.00189794	.0078501
	4	.0061218	.0015538	3.94	0.000	.00307635	.0091673
employees							
	_predict						
	1	0	(empty)				

2		.0007742	.0024426	0.32	0.751	-.0040132	.0055615
3		-.0016284	.002063	-0.79	0.430	-.0056718	.0024151
4		.0008542	.0029841	0.29	0.775	-.0049946	.006703
-----+-----							
motivation							
_predict							
1		0	(empty)				
2		.0039307	.0015978	2.46	0.007	.000799	.0070624
3		.0014749	.0006614	2.23	0.013	.0001786	.0027712
4		.0054056	.0021974	2.46	0.007	.0010987	.0097125
