

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique

Ecole Nationale Supérieure de Management  
Koléa



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للمناجنت  
القلعة

## MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDES

En vue de l'obtention d'un Master académique en

« Management de la Chaîne Logistique »

**Titre du Mémoire**

**L'apport de la chaine logistique sur la performance  
organisationnelle dans les entreprises  
pharmaceutique**

**Élaboré par**

Amira BENMADJDOUB

Medina BOUCENNA

**Encadré par**

Dr. Mehdi BOUCHETARA

**Année Universitaire 2022/2023**

## RÉSUMÉ

Notre recherche vise à déterminer l'impact de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle dans le secteur pharmaceutique. Nous avons adopté une approche quantitative en distribuant un questionnaire à différentes entreprises pharmaceutique opérant en Algérie, ce qui nous a permis de recueillir un total de 107 réponses. Les résultats obtenus à l'aide des tests de régression simple et multiple, ainsi qu'un test de corrélation, indiquent que les pratiques de la chaîne logistique, notamment la relation client, le partage d'information, la qualité de l'information partagée, les partenariats stratégiques avec les fournisseurs et la différenciation retardée, ont tous un impact positif et significatif sur la performance organisationnelle. Pour approfondir ces résultats, nous avons également mené une étude qualitative en réalisant des entretiens avec quatre professionnels et experts en management de la chaîne logistique. Les résultats de cette étude viennent confirmer les conclusions obtenues grâce à notre approche quantitative.

**Mots clés :** La relation client, la qualité d'information partagée, les partenariats stratégiques, performance organisationnelle.

## **ABSTRACT**

Our research aims to determine the impact of the supply chain on organizational performance in the pharmaceutical sector. We adopted a quantitative approach by distributing a questionnaire to different pharmaceutical companies operating in Algeria, which allowed us to collect a total of 107 responses. The results obtained using simple and multiple regression tests, as well as a correlation test, indicate that supply chain practices, including customer relationship, information sharing, quality of shared information, strategic partnerships with suppliers, and delayed differentiation, all have a positive and significant impact on organizational performance. To further explore these results, we also conducted a qualitative study by interviewing four professionals and experts in supply chain management. The findings of this study confirm the conclusions obtained through our quantitative approach.

**Key words:** Customer relationship, shared information quality, strategic partnerships, organizational performance.

## ملخص

يهدف بحثنا إلى تحديد تأثير سلسلة التوريد على الأداء التنظيمي في قطاع الصناعة الدوائية اعتماداً على النهج الكمي من خلال توزيع استبيان على شركات دوائية مختلفة تعمل في الجزائر، مما سمح لنا بجمع مجموعة متنوعة من 107 استجابات. تشير النتائج التي تم الحصول عليها باستخدام اختبارات الانحدار البسيطة والمتعددة، بالإضافة إلى اختبار الارتباط، إلى أن ممارسات سلسلة التوريد، بما في ذلك علاقة العملاء، ومشاركة المعلومات، وجودة المعلومات المشتركة، والشراكات الاستراتيجية مع الموردين، والتميز المؤجل، جميعها لها تأثير إيجابي ومعنوي على الأداء التنظيمي. لمزيد من التعمق في هذه النتائج، أجرينا أيضاً دراسة نوعية من خلال إجراء مقابلات مع أربعة محترفين وخبراء في إدارة سلسلة التوريد. تؤكد نتائج هذه الدراسة استنتاجاتنا التي تم الحصول عليها من خلال نهجنا الكمي.

**الكلمات المفتاحية:** علاقة العملاء، جودة المعلومات المشتركة، الشراكات الإستراتيجية، الأداء التنظيمي.

## REMERCIEMENTS

En premier lieu nous remercions dieu de nous avoir accordé la santé, le courage et la volonté nécessaire pour la poursuite et l'atteinte de nos objectifs. Nous le remercions d'avoir mis sur notre chemin des personnes bienveillantes à qui ont tiens à offrir nos sincères remerciements.

Tout d'abord, nous tenons à remercier sincèrement notre encadrant, Dr. Mehdi BOUCHETARA, pour sa guidance et son encadrement attentif.

Nous souhaitons également exprimer notre reconnaissance envers nos enseignants et membres du jury, pour avoir accepté de consacrer leur temps et leurs compétences à évaluer notre travail.

Nous tenons à exprimer notre gratitude envers notre famille pour leur soutien indéfectible et leurs encouragements tout au long de nos études. Nous sommes reconnaissantes de vous avoir à nos côtés dans chaque étape de notre vie.

Nos remerciements vont également à nos amis et camarades, qui ont été une source de motivation et de soutien constant tout au long de ce parcours académique. Vos discussions, vos conseils et votre amitié ont rendu cette expérience encore plus enrichissante et agréable.

Enfin, Nous voudrions remercier toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire, qu'ils soient cités ici ou non.

## TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ.....	I
REMERCIEMENTS .....	IV
TABLE DES MATIÈRES.....	V
LISTE DES TABLEAUX .....	VIII
LISTE DES FIGURES .....	X
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	XI
INTRODUCTION .....	1
1. Le contexte de l'étude .....	2
2. Objectifs de l'étude.....	3
3. Pertinence de la recherche .....	3
4. Problématique.....	3
5. Hypothèses .....	3
6. Annonce du plan.....	4
CHAPITRE I : ETAT DE L'ART .....	5
Introduction.....	6
Section 1 : Le management de la chaîne logistique.....	6
1.1. La chaîne logistique .....	6
1.2. Les pratiques de la chaîne logistique .....	7
1.2.1. La collaboration.....	8
1.2.2. La coordination.....	9
1.2.3. La relation client.....	9
1.2.4. Le niveau du partage d'information .....	9
1.2.5. La qualité d'information partagée .....	10
1.2.6. Partenariat stratégique avec les fournisseurs .....	10
1.2.7. La différenciation retardée (Postponement) .....	10
1.3. L'importance d'une chaîne logistique performante dans une entreprise .....	11
1.4. Les défis de la chaîne logistique : .....	11
Section 2 : La performance organisationnelle .....	12
2.1. La performance .....	12
2.2. La performance logistique .....	16
2.3. Mesure de la performance.....	17
2.4. Indicateur de performance .....	18

Section 3 : La relation entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle .....	19
3.1. La revue de littérature .....	19
3.2. Relation client et performance organisationnelle .....	23
3.3. Le niveau de partage d'information et la performance organisationnelle .....	25
3.4. La qualité du partage d'information et la performance de l'organisation .....	26
3.5. Les partenariats stratégiques avec les fournisseurs et la performance organisationnelle .....	27
3.6. La différenciation retardée et la performance organisationnelle .....	28
Conclusion .....	30
CHAPITRE II : CADRE MÉTHODOLOGIQUE.....	31
Introduction.....	32
1. Approche et type de recherche .....	32
2. Conception de la recherche.....	33
2.1. Rubrique du questionnaire / Guide d'entretien .....	34
3. Population.....	34
4. Echantillon.....	35
Conclusion .....	35
CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSION .....	36
Introduction.....	37
Section 1 : Présentation et analyse des résultats.....	37
1.1. Résultats de l'analyse quantitative.....	37
1.1.1. Statistiques de fiabilité .....	37
1.1.2. Matrice de corrélation.....	38
1.1.3. La corrélation entre items et leurs variables .....	40
1.1.4. Répartition des enquêtés selon les informations générales .....	46
1.1.5. L'analyse descriptive de variables d'études.....	53
1.1.6. Test d'hypothèses.....	59
1.2. Résultats de l'analyse qualitative.....	71
1.2.1. Déroulement des entretiens .....	71
1.2.2. Profils des personnes interviewés.....	71
1.2.3. Analyse et interprétation des données qualitatives.....	71
Section 2 : Discussion des résultats .....	73
Conclusion .....	77
CONCLUSION .....	78
Bibliographie .....	82

ANNEXES ..... 88

## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau 1 : tableau des pratiques de la chaîne logistique.....</b>	<b>7</b>
<b>Tableau 2 : Test d'Alpha Cronbach global.....</b>	<b>37</b>
<b>Tableau 3 : Test d'Alpha Cronbach pour les variables d'étude .....</b>	<b>38</b>
<b>Tableau 4 : Matrice de corrélation de Spearman.....</b>	<b>39</b>
<b>Tableau 5 : Corrélations entre les items du partenariat stratégique avec les fournisseurs et le score total de cette pratique.....</b>	<b>40</b>
<b>Tableau 6 : Corrélations entre les items de la relation client et le score total de cette pratique .....</b>	<b>41</b>
<b>Tableau 7 : Corrélations entre les items du niveau de partage d'informations et le score total de cette pratique.....</b>	<b>42</b>
<b>Tableau 8 : Corrélations entre les items de la qualité d'information partagée et le score total de cette pratique.....</b>	<b>43</b>
<b>Tableau 9 : Corrélations entre les items de la différenciation retardée (Postponement) et le score total de cette pratique.....</b>	<b>44</b>
<b>Tableau 10 : Corrélations entre les items la performance organisationnelle de l'entreprise et le score total de cette variable.....</b>	<b>45</b>
<b>Tableau 11 : Répartition des enquêtés selon les informations générales .....</b>	<b>46</b>
<b>Tableau 12: l'analyse descriptive du partenariat stratégique avec les fournisseurs... </b>	<b>53</b>
<b>Tableau 13 : l'analyse descriptive de la relation client .....</b>	<b>54</b>
<b>Tableau 14 : l'analyse descriptive du niveau de partage d'informations.....</b>	<b>55</b>
<b>Tableau 15 : l'analyse descriptive de la qualité d'information partagée .....</b>	<b>56</b>
<b>Tableau 16 : l'analyse descriptive de la différenciation retardée (Postponement) .....</b>	<b>57</b>
<b>Tableau 17 : l'analyse descriptive de la performance organisationnelle de l'entreprise .....</b>	<b>58</b>
<b>Tableau 18 : Corrélation de Pearson entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise .....</b>	<b>59</b>
<b>Tableau 19 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2a .....</b>	<b>61</b>
<b>Tableau 20 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2a.....</b>	<b>61</b>
<b>Tableau 21 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2a .....</b>	<b>61</b>
<b>Tableau 22 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2b.....</b>	<b>62</b>
<b>Tableau 23 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2b .....</b>	<b>63</b>

<b>Tableau 24 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2b .....</b>	<b>63</b>
<b>Tableau 25 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2c .....</b>	<b>64</b>
<b>Tableau 26 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2c .....</b>	<b>64</b>
<b>Tableau 27 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2c.....</b>	<b>64</b>
<b>Tableau 28 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2d.....</b>	<b>65</b>
<b>Tableau 29 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2d .....</b>	<b>66</b>
<b>Tableau 30 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2d .....</b>	<b>66</b>
<b>Tableau 31 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2e .....</b>	<b>67</b>
<b>Tableau 32 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2e.....</b>	<b>67</b>
<b>Tableau 33 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2e.....</b>	<b>67</b>
<b>Tableau 34 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2 .....</b>	<b>69</b>
<b>Tableau 35 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2.....</b>	<b>69</b>
<b>Tableau 36 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2 .....</b>	<b>69</b>
<b>Tableau 37 : Profil des interviewés .....</b>	<b>71</b>

## LISTE DES FIGURES

<b>Figure 1 : Les quatre étapes du pilotage de la performance .....</b>	<b>15</b>
<b>Figure 2 : Les pratiques de la chaîne logistique et la performance organisationnelle</b>	<b>30</b>
<b>Figure 3 : Répartition des enquêtés selon leur genre .....</b>	<b>49</b>
<b>Figure 4 : Répartition des enquêtés selon leur tranche d'âge.....</b>	<b>50</b>
<b>Figure 5 : Répartition des enquêtés selon le statut juridique de l'entreprise .....</b>	<b>50</b>
<b>Figure 6 : Répartition des enquêtés selon la nature juridique de l'entreprise.....</b>	<b>50</b>
<b>Figure 7 : Répartition des enquêtés selon la taille de l'entreprise .....</b>	<b>51</b>
<b>Figure 8 : Répartition des enquêtés selon le nombre d'employés de l'entreprise.....</b>	<b>51</b>
<b>Figure 9 : Répartition des enquêtés selon le montant du capital social de l'entreprise</b> .....	<b>51</b>
<b>Figure 10 : Répartition des enquêtés selon le secteur de travail .....</b>	<b>52</b>
<b>Figure 11 : Répartition des enquêtés selon la durée d'activité d'entreprise .....</b>	<b>52</b>
<b>Figure 12 : Répartition des enquêtés selon leur rôle dans l'entreprise .....</b>	<b>52</b>
<b>Figure 13 : Répartition des enquêtés selon le lieu de résidence .....</b>	<b>53</b>
<b>Figure 14 : Nuage de mots des pratiques de la chaîne logistique (le niveau et la qualité des informations partagées et les partenariats stratégiques).....</b>	<b>72</b>
<b>Figure 15 : Nuage de mots des pratiques de la chaîne logistique (la différenciation retardée, les relations clients) .....</b>	<b>73</b>

## LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

**B2B** : Business to business

**CRM** : Customer relationship management

**KPC** : Kenya Pipeline Company

**LOI** : Level of information

**PME** : Petites et moyennes entreprises

**QI** : Quality Information

**RC** : Relation Client

**SC** : Supply Chain / Chaîne logistique

**SCM** : Supply Chain Management

**SOQ** : la qualité des résultats du service

**SPSS** : Statistical Package for the Social Sciences

**SQ** : Qualité de service

**SSP** : Partenariat stratégique avec les fournisseurs

# **INTRODUCTION**

## 1. Le contexte de l'étude

Pour maintenir leur compétitivité et améliorer leurs résultats, les entreprises considèrent comme essentielle une gestion efficace de la chaîne logistique, et accorde ainsi une grande valeur à cette pratique. À l'ère du début des années 1990, le marché mondial est devenu très compétitif pour fournir le bon produit ou service au bon moment et au bon endroit. Ainsi, dans ce but, les organisations doivent comprendre comment gérer efficacement leur chaîne logistique pour rester compétitives et d'accroître leur bénéfice global (Hussain, Jusoh, Sarfraz, & Wahla, 2018).

La gestion de la chaîne logistique implique la culture, la vision, la stratégie et les processus visant à gérer au mieux le flux de valeur monétaire, de qualité et d'autres composantes à partir de ressources et de fournisseurs innovants et fiables, puis à livrer aux clients des produits de haute qualité qu'ils produisent à un prix très compétitif. L'importance de la gestion de la chaîne logistique dans l'industrie pharmaceutique a augmenté car elle est désormais considérée comme un outil et un moteur important pour les entreprises pharmaceutiques en quête de succès dans un environnement de concurrence intense, elle contribue à assurer le bon fonctionnement de l'industrie pharmaceutique, en veillant à ce que les produits parviennent aux personnes qui en ont besoin, en toute sécurité et avec efficacité. (Agus, 2015)

De plus, avec le développement des technologies de communication et d'information, il est également devenu un défi de fournir et de partager des informations en temps réel, car cet élément a un impact considérable sur les performances globales de la chaîne logistique. Les principaux éléments de réussite sont désormais la réduction des coûts globaux, une bonne coopération et une collaboration efficace. Ainsi, le concept de partage efficace d'informations peut améliorer les performances de la chaîne logistique. (Rached, Bahroun, & Campagne, *Assessing the value of information sharing and its impact on the performance of the various partners in supply chains.*, 2015)

D'autre part, le système de gestion de la relation client (CRM) joue un rôle très important dans les affaires et est activement utilisé par les employés de différentes entreprises pour la gestion de la clientèle. Le CRM est important pour de nombreuses raisons, notamment parce qu'il permet un accès facile aux informations collectives. Le système fournit également des informations universelles qui aident à atteindre les objectifs des organisations. Le CRM peut

être utilisé comme une stratégie commerciale pour maintenir efficacement les relations avec les clients. (Al-Weshah, Al-Manasrah, & Al-Qatawneh, 2019)

## **2. Objectifs de l'étude**

De nombreux chercheurs en gestion se concentrent sur la performance des entreprises (ACHOLI, 2021), les études abordent la plupart du temps la performance principalement du point de vue financier. Cependant, dans un contexte où la concurrence repose sur plusieurs facteurs, le succès d'une entreprise ne se limite plus uniquement à sa performance financière. Toutefois, la performance devient multicritère et sa mesure doit prendre en compte cette caractéristique.

Dans notre thème l'objectif principal de cette étude est d'examiner les effets de la gestion de la chaîne logistique sur la performance des organisations.

## **3. Pertinence de la recherche**

Cette étude vise à étudier la relation entre la performance organisationnelle et les pratiques de gestion de la chaîne logistique qui est considéré comme une fonction transversale qui interagit avec les différents services de l'entreprise et exerce une influence significative sur son activité.

La pertinence scientifique de notre étude repose sur notre revue de littérature qui contient toutes les avancées scientifiques faites par les chercheurs sur notre sujet d'étude.

## **4. Problématique**

Suite aux études de (OUBAOUZINE, 2019)et (Nawaz, 2020) sur la contribution des pratiques de la chaîne logistique à la performance organisationnelle. Pour pouvoir atteindre nos objectifs notre question de recherche se formule ainsi :

**Quel est l'impact des pratiques du management de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise ?**

## **5. Hypothèses**

Après avoir puisé dans la littérature (Alsharideh, Barveen , Aloubt, Obeidat, Hamadneh, & Alaa , 2022)(Nawaz, 2020)(Franck & Btissam, 2015)(Jutamat , Watcharin , & Kittisak , 2019) nous avons décidé d'étudier les variables suivants la relation client, le niveau de partage d'informations, la qualité d'information partagée, les partenariats stratégiques avec les fournisseurs, la différenciation retardée et la performance organisationnelle.

**Hypothèse principale H1** : il y'a une corrélation positive et significative entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise.

**Hypothèse principale H2** : il existe un impact positif et significatif de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

Les sous hypothèses de l'hypothèse principale H2

**H2a** : il existe un impact positif et significatif de partenariat stratégique avec les fournisseurs sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2b** : il existe un impact positif et significatif de la relation client sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2c** : il existe un impact positif et significatif du niveau de partage d'informations sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2d** : il existe un impact positif et significatif de la qualité d'information partagée sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2e** : il existe un impact positif et significatif de la différenciation retardée (Postponement) sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

## **6. Annonce du plan**

Le présent document est structuré comme suit :

L'*Introduction* donne une vue d'ensemble sur le contexte et l'intérêt du thème, les objectifs ainsi que la problématique et les hypothèses de recherche testées par la méthode de recherche appliquée.

Le *Chapitre I* présente le cadre théorique, il est divisé en quatre (3) sections : la *section 01* traite la chaîne logistique ; la *section 02* est relative à la performance organisationnelle ; et en dernier, la *section 03* contient une revue de littérature.

Le *Chapitre II* présente le cadre méthodologique, où nous présentons notre population et échantillon, ainsi que la méthode de travail et la méthode de collecte de données utilisée.

Le *Chapitre III* présente les résultats de l'étude quantitative, ainsi que ceux de l'étude qualitative, et une discussion des résultats afin de comparer nos résultats avec ceux retenus de notre revue de littérature.

En dernier lieu, la *Conclusion* résume les principaux résultats retenus de notre étude.

# **CHAPITRE I : ETAT DE L'ART**

## Introduction

Ce chapitre constitue le point de départ de notre étude, des définitions des concepts de la chaîne logistique et de la performance ont été présentés. Il est divisé en trois sections distinctes, chacune apportant des éléments essentiels pour notre recherche.

### Section 1 : Le management de la chaîne logistique

Dans la première section, nous examinerons de près la chaîne logistique, définissant ses pratiques et soulignant l'importance d'une gestion efficace ainsi que les défis associés.

#### 1.1. La chaîne logistique

Plusieurs définitions du concept de la chaîne logistique ont été recensées dans la littérature, elle a été d'abord représentée comme "*un réseau d'organisations impliquées, par des liens en amont et en aval, dans les différents processus et activités qui produisent de la valeur sous la forme de produits et de services entre les mains du consommateur final*". (Christopher, *Logistics and Supply Chain Management– Strategies for reducing cost and improving service*, 1998)

De manière plus générale, une chaîne logistique est constituée de deux entités ou plus, distinctes sur le plan juridique, qui sont connectées par le flux de matériaux, d'informations et financiers. Il peut y avoir différentes entreprises qui produisent des produits semi-finis, finis, des prestataires de services logistiques ou même du client (final). Par conséquent, la définition ci-dessus de la chaîne logistique prend en compte également le groupe cible de clients finaux. (Hartmur & Christoph, 2000)

Dans l'ancienne vision, la chaîne logistique regroupait toutes les activités flux physiques, qui consistaient à transformer les matières premières en biens jusqu'à leur livraison au client final, ainsi que les flux d'information associés (Handfield & Nichols, 1999)

Aujourd'hui, la chaîne logistique est devenue un réseau global (Gémin, 2003). Elle est désormais composée d'un ensemble d'organisations ou de fonctions dispersées géographiquement sur plusieurs sites, qui collaborent dans le but de réduire les coûts et d'accélérer les processus et les activités entre les fournisseurs et les clients. L'évolution de la logistique à la chaîne logistique a entraîné l'apparition de nouvelles pratiques comme la collaboration, l'intégration, la coordination, la communication, etc.

(Féniès & Gourgand, 2006) ont défini la chaîne logistique comme un ensemble ouvert qui est traversé par des flux (financier, matériel, informationnel) composé d'entités et d'acteurs

autonomes qui peuvent varier (fournisseurs, usines, entrepôts, distributeurs, grossistes,...) qui utilisent des ressources restreintes (capital, temps, matériel, hommes,...) et qui coordonnent leurs actions par un processus logistique intégré afin d'améliorer prioritairement leur performance collective (satisfaction du client final, optimisation globale du fonctionnement de la chaîne logistique) mais aussi à terme leur performance individuelle (maximisation du profit d'une entité).

## 1.2. Les pratiques de la chaîne logistique

Les chaînes logistiques ont de nombreuses pratiques telles que le partage d'informations, la collaboration, la relation client, le partage d'informations, l'intégration, la collaboration, la coordination et bien d'autre.

Dans le tableau ci-dessous les pratiques de la chaîne logistique sont regroupées comme suite :

**Tableau 1 : tableau des pratiques de la chaîne logistique**

(Shin, Collier, & Wilson, 2000)	Relations de long terme avec les fournisseurs, réduction du nombre de fournisseurs, qualité des fournisseurs
(Tan, Lyman, & Wisner, 2002)	Intégration de la chaîne logistique, partage de l'information caractéristique de la chaîne logistique, gestion du service à la clientèle, proximité géographique et capacité juste à temps
(Wisner, A Structural Equation Model of Supply Chain Management Strategies and Firm Performance, 2003)	Communication, partage d'information, focalisation sur les besoins du client, implication des membres du système de valeur dans les processus conception/production/commercialisation, relations partenariales avec les fournisseurs, pratiques de juste à temps.
(Chen & Paulraj, 2004)	Communication, relation à long terme, engagement des fournisseurs, réduction du nombre de fournisseurs.

(Min & Mentzer, 2004)	Partage d'informations, partage des risques. et des profits, Coopération, intégration des processus, relation à long terme, objectifs communs
(Li, Rao, Ragu-Nathan, & Ragu-Nathan, 2006)	Collaboration, relation client, intensité du partage d'informations, qualité du partage d'informations, Coordination, Partenariat avec les fournisseurs.
(Zhou & Benton W.C., 2007)	Coordination, pratiques de livraison, production en juste à temps
(Chow, Madu, Kuei, Lin, & Tseng, 2008)	Coordination, Partenariat fournisseurs, partage d'informations.
(Chileshe & Phiri, 2022)	Partage de l'information, relation client, partenariat stratégique avec les fournisseurs, gestion des flux de matériaux et culture d'entreprise.
(Inda, Abu Bakar, Rohaizat, & Rosman, 2012)	Partenariat stratégique avec les fournisseurs, relation client, partage d'information

Source : (DAANOUNE & AIT LHASSAN, 2018)

### 1.2.1. La collaboration

- « *La collaboration est un cadre permettant d'ordonner différentes formes coopératives entre des organismes indépendants* ». (Menachoff & Son, 2003)
- « *La collaboration est vue comme des activités similaires ou complémentaires réalisées par des entreprises dans le cadre de relations visant à accroître la création de valeur commune.* » (Shivalingam & Rajamma, 2020)
- « *La collaboration se définit par le fait que deux entreprises partagent de l'information dans le cadre d'alliances coopératives* ». (Gharakhani, Mavi, & Hamidi, 2012)
- « *La collaboration s'appuie sur un engagement mutuel des participants dans un effort coordonné pour résoudre ensemble un problème posé* ». (Handfield & Nichols, 1999)

### 1.2.2. La coordination

- « *La coordination est l'ensemble des règles et procédures qui assurent le fonctionnement d'un groupe.* » (Rached, Bahroun, & Campagne, *Assessing the value of information sharing and its impact on the performance of the various partners in supply chains.*, 2015)
- « *La coordination peut être vue comme une mise en cohérence des actions des agents qui entreprennent différentes activités, réduisant au minimum les coûts de division de travail.* » (Chopra & Meindl, 2021)
- « *La coordination d'activités dans une organisation en réseau s'appelle coopération.* » (Burlat & Boucher, 2000)

### 1.2.3. La relation client

Le concept de relation client (RC) repose sur l'idée de satisfaire le client en lui fournissant des services de qualité et en traitant efficacement ses réclamations concernant les produits. L'objectif est de maintenir sa fidélité et de répondre pleinement à ses attentes. (Hussain, Jusoh, Sarfraz, & Wahla, 2018). En outre, les entreprises demandent spécifiquement à leurs responsables de se concentrer sur l'amélioration de la relation client. L'objectif est de les encourager à s'engager davantage et à atteindre un niveau élevé de satisfaction et d'expérience pour les clients. (Wang & Kim, 2017). Selon (Al-Weshah, Al-Manasrah, & Al-Qatawneh, 2019), Une relation client positive aide les responsables à dynamiser leurs activités et à établir des bases solides sur lesquelles ils peuvent améliorer la performance de l'organisation.

### 1.2.4. Le niveau du partage d'information

(Khan & Siddiqui, 2018) ont désigné le partage d'information comme le fait de transférer ou de divulguer des informations sur un produit à un autre partenaire. Par ailleurs, selon (Rached, Bahroun, & Campagne, *Assessing the value of information sharing and its impact on the performance of the various partners in supply chains.*, 2015), la présence du partage d'informations est importante pour les entreprises car il permet aux partenaires d'avoir une vision plus claire au quotidien et contribue à améliorer significativement les performances de la Supply Chain.

De plus, l'amélioration de la qualité de l'échange d'informations est connue pour réduire les coûts logistiques, améliorer la connectivité et améliorer les performances. Par ailleurs, le partage d'informations est considéré comme nécessaire pour améliorer encore les

performances opérationnelles de la chaîne logistique et générer des informations qui aident à améliorer les performances globales de l'entreprise (Marinagi, Trivellas, & Reklitis, 2015)

### **1.2.5. La qualité d'information partagée**

La qualité de l'information (QI) est un élément crucial dans le monde actuel. L'objectif principal est de fournir aux clients des informations valides et variées qui leur permettent d'avoir une vision claire et un accès à leurs produits (Sagawa & Nagano, 2015). De plus, la QI est supposée améliorer les performances des entreprises en offrant une représentation détaillée des services (Fauver, Loureiro, & Taboada, 2017). Par ailleurs, la QI fait référence au niveau de mérite de l'entreprise en matière d'information, et il a été démontré qu'elle est un facteur de motivation pour les clients lorsqu'ils achètent un produit spécifique, car elle les aide à accomplir leurs tâches à l'aide d'informations fiables (McKnight, Lankton, Nicolaou, & Price, 2017).

### **1.2.6. Partenariat stratégique avec les fournisseurs**

Ce concept est défini comme une perspective de la chaîne logistique dans laquelle il favorise la fidélité, la confiance et l'intégration en favorisant la collaboration entre les partenaires afin d'atteindre une performance durable à long terme, tant pour les entreprises que pour les clients (Agus, 2015). En outre, selon (Fauziah, Rahardjo, & Utami, 2019), ce terme englobe un accord entre le fournisseur et l'acheteur pour être alignés sur la production et la demande des produits, contribuant ainsi à améliorer les opérations et la performance globale.

### **1.2.7. La différenciation retardée (Postponement)**

La différenciation retardée est définie comme une pratique consistant à repousser une ou plusieurs opérations ou activités (telles que la fabrication, l'approvisionnement et la livraison) à un stade plus avancé de la chaîne d'approvisionnement (Van Hoek, 1998). La mise en place d'une stratégie de différenciation retardée commence par la détermination du nombre d'étapes à reporter, puis par la détermination des étapes à reporter spécifiquement. (Beamon, 1998)

La différenciation retardée permet à une organisation d'être flexible dans le développement de différentes versions du produit afin de répondre aux évolutions des besoins des clients, Elle permet également de différencier un produit ou une gamme de produits, ou de modifier une fonction en fonction de la demande. (Waller, Dabholkar, & Gentry, 2000)

La pratique de la différenciation retardée doit être adaptée au type de produits, aux exigences du marché de l'entreprise, ainsi qu'à la structure et aux contraintes du système de fabrication et de logistique. (Fisher, 1997)

### **1.3. L'importance d'une chaîne logistique performante dans une entreprise**

L'efficacité d'une chaîne logistique performante est cruciale pour le succès d'une entreprise. Les études récentes ont démontré que la gestion efficace de la chaîne logistique peut entraîner une amélioration de la qualité des produits, une réduction des coûts et une augmentation de la satisfaction des clients.

D'après les recherches menées par (Liu, Chen, Hu, & Wang, 2021), une chaîne logistique performante peut contribuer à la réduction des coûts en améliorant la planification de la production, l'optimisation des stocks et la réduction des temps d'attente. Une étude réalisée par (Chopra & Meindl, 2021) a révélé que les entreprises bénéficiant d'une chaîne logistique performante jouissent d'un avantage concurrentiel en termes de coûts, de qualité et de délais de livraison.

De plus, il a été démontré que la mise en place d'une chaîne logistique performante peut améliorer la satisfaction des clients. Cela se manifeste par une livraison rapide, une réduction des erreurs et une expérience globale positive. (Stock & Boyer, 2021)

En somme, il est évident qu'une chaîne logistique performante est un élément essentiel du succès d'une entreprise. Elle contribue à améliorer les coûts, la qualité des produits et la satisfaction des clients. Les entreprises doivent donc consacrer des ressources et investir dans des processus de gestion de la chaîne d'approvisionnement efficaces afin de rester compétitives sur le marché.

### **1.4. Les défis de la chaîne logistique :**

De nombreux experts ont souligné l'importance capitale d'une gestion efficace de la chaîne logistique pour la compétitivité des entreprises. Selon (Christopher, Logistics & Supply Chain Management., 2016), les entreprises qui parviennent à gérer leur chaîne logistique de manière efficace bénéficient de plusieurs avantages. Ils incluent une réduction des coûts, une amélioration de la qualité des produits et des services, une plus grande flexibilité et une augmentation de la satisfaction des clients.

Néanmoins, la gestion de la chaîne logistique est confrontée à de nombreux défis. Parmi ceux-ci, on retrouve la mondialisation des marchés, l'incertitude de la demande, les délais de livraison et les fluctuations des prix. Selon (Ketchen & Hult, 2019), la complexité inhérente à la chaîne logistique rend également difficile l'identification et la résolution des problèmes qui peuvent survenir.

D'après les recherches (mentzer & konrad, 1988), la complexité de la chaîne logistique, la variabilité de la demande et les incertitudes liées à l'offre peuvent rendre la gestion de la chaîne logistique complexe. De plus, la gestion de la chaîne logistique peut être influencée par des facteurs externes tels que les changements réglementaires, les événements imprévus tels que les catastrophes naturelles, ainsi que les perturbations dans les relations avec les fournisseurs.

En outre, la gestion de la chaîne logistique fait face à des défis environnementaux tels que la réduction des émissions de gaz à effet de serre et la durabilité des ressources. Selon (Seuring & Müller, 2008), la gestion durable de la chaîne logistique requiert une collaboration entre les parties prenantes afin de mettre en œuvre des pratiques écoresponsables à tous les niveaux de la chaîne.

## **Section 2 : La performance organisationnelle**

Dans cette deuxième section, nous portons notre attention sur la performance organisationnelle. Nous approfondirons notre analyse en examinant les indicateurs clés ainsi que la mesure de la performance.

### **2.1. La performance**

Dans le contexte des entreprises, il est essentiel de réaliser des performances afin d'assurer la survie et la durabilité de l'organisation, ainsi que pour renforcer son avantage concurrentiel. Par conséquent, le concept de performance peut être défini comme le niveau de réalisation des résultats par rapport aux efforts déployés et aux ressources utilisées. (Issor, 2017) Ce terme de performance repose donc sur les notions d'efficacité et d'efficience, qui mesurent respectivement la capacité à atteindre les objectifs fixés et la capacité à utiliser de manière optimale les ressources disponibles.

Selon (sogbossi bocco, 2010) la performance d'une entreprise se résume à son évolution ou à son expansion. De plus, selon (Ben El Arbi SABBAR, 2015), la notion de performance

peut être assimilée à la réussite ou au succès de l'entreprise, qui ne peut être atteint qu'avec une réception positive sur le marché, comme le souligne. (sogbossi bocco, 2010)

Selon (March & Sutton, 1997), la performance organisationnelle peut être définie comme la capacité d'une entreprise à atteindre ses objectifs en utilisant efficacement ses ressources. D'autres chercheurs, tels que (Neely, Adams, & Kennerley, 2002), soulignent que la performance organisationnelle doit être considérée comme un concept multidimensionnel, englobant non seulement les résultats financiers, mais également d'autres aspects tels que la satisfaction des clients, la qualité des produits et services, et la capacité d'innovation. Quelle que soit la définition adoptée, la performance organisationnelle joue un rôle essentiel dans la réussite des entreprises et est étroitement liée à une gestion efficace de la chaîne logistique.

Le concept de performance a fait l'objet de plusieurs définitions. (Féniès & Gourgand, 2006) Définissent la performance comme la réalisation des objectifs organisationnels, indépendamment de leur nature ou de leur diversité. Cette définition met l'accent sur le fait que la performance peut être mesurée en fonction de la réalisation des objectifs spécifiques d'une organisation, qu'il s'agisse de résultats financiers, de qualité des produits, de satisfaction des clients ou d'autres objectifs définis par l'organisation. Ainsi, la performance est considérée comme le résultat des efforts déployés pour atteindre ces objectifs et peut être évaluée à l'aide de différents critères de mesure.

En effet, selon (SAULPIC, GIRAUD, ZARLOWSKI, LORAIN, & MORALES, 2011) la performance d'une organisation correspond aux objectifs que ses dirigeants cherchent à atteindre. Cette définition met l'accent sur le fait que la performance est subjective et dépend des attentes et des aspirations spécifiques des dirigeants. Chaque organisation peut définir ses propres objectifs en fonction de sa mission, de sa vision et de ses valeurs, et la performance sera évaluée en fonction de la réalisation de ces objectifs spécifiques. Cette perspective souligne l'importance de définir clairement les objectifs organisationnels et d'aligner les efforts de l'organisation pour les atteindre.

Toute entreprise cherche à atteindre une performance durable (financière et non financière). (Wisner, A Structural Equation Model of Supply Chain Management, 2003) A présenté la performance d'une organisation comme « un concept multidimensionnel et complexe, ne se limitant pas aux seuls résultats financiers et dont l'évaluation ne peut se faire que par la

mesure de plusieurs résultats organisationnels, externes et internes. » La performance renvoie donc à quatre significations majeures selon ( [TEIL, 2011](#) ) :

- Les résultats de l'action : la performance correspond alors à un résultat mesuré par des indicateurs et se situant par rapport à un référent qui peut être endogène ou exogène.
- Le succès : la performance renvoie à un résultat positif, et par là même aux représentations de la réussite propres à chaque individu et à chaque établissement.
- L'action : la performance désigne simultanément les résultats et les actions mises en œuvre pour les atteindre, c'est-à-dire c'est un processus.
- La capacité : la performance renvoie au potentiel.

Des auteurs ont défini la performance en mettant l'accent sur les concepts d'efficacité, d'efficience, d'effectivité et de pertinence.

L'efficacité se mesure par l'écart entre les objectifs de l'entreprise et les résultats obtenus. ([Kaplan & Norton , 1992](#))

Un auteur identifie l'efficacité à la capacité d'atteindre les objectifs fixés par l'entreprise. ( [Bouquin, 2008](#) )

L'efficience se mesure par le rapport entre les ressources mises en œuvre, par les acteurs, et les résultats obtenus. ( [ESTAMPE , 2000](#) )

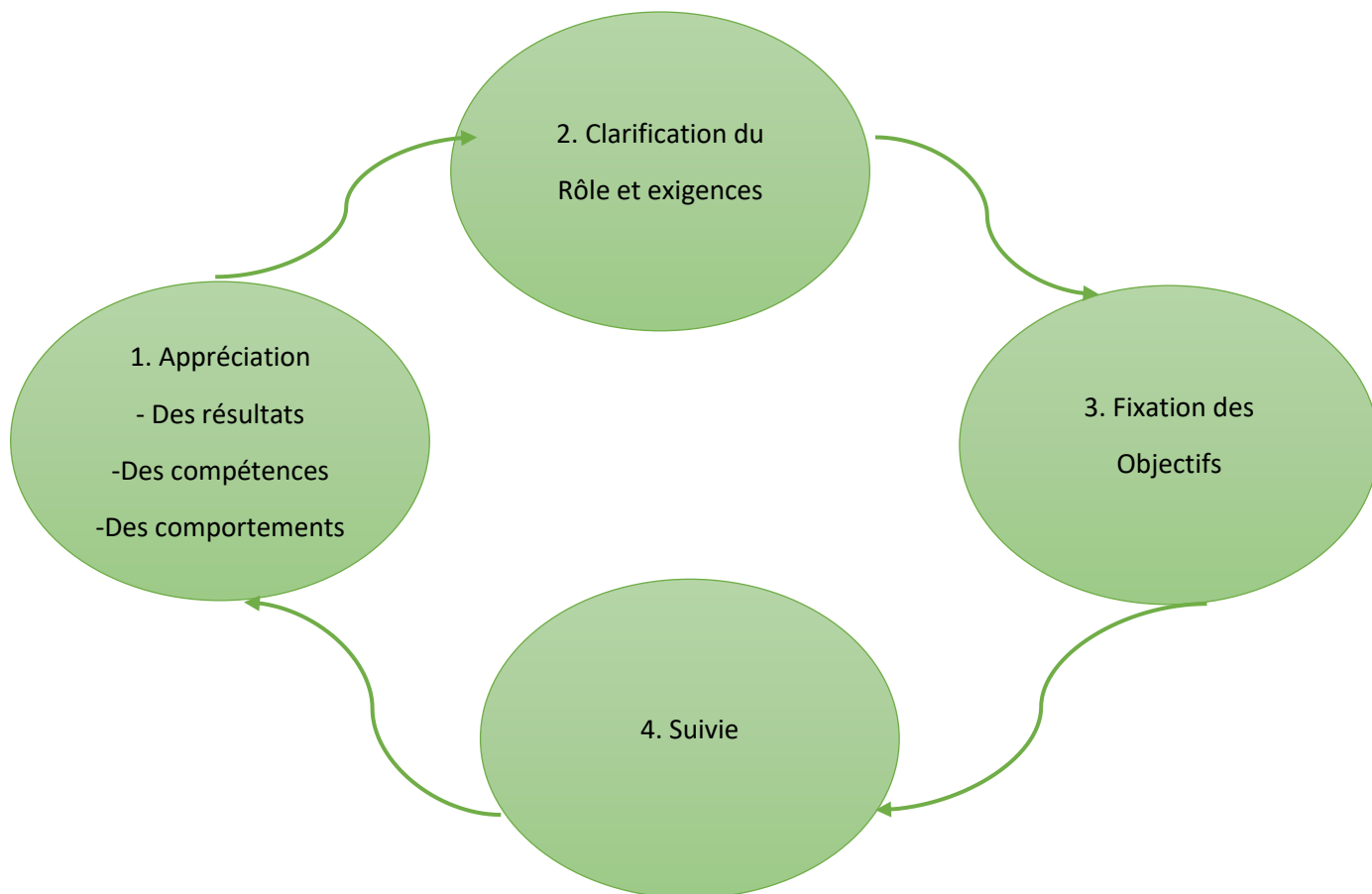
Le concept d'effectivité est lié à la finalité. Le Moigne définit l'effectivité par « l'évaluation de triptyque (objectifs – moyens – résultats), c'est-à-dire en remontant jusqu'aux finalités qui sont à l'origine même du système dont on cherche à évaluer la performance » ( [LE MOIGNE, 1977](#) ).

La pertinence permet de connaître si l'entreprise s'est équipée des moyens nécessaires pour atteindre ses objectifs ( [Bouquin, 2008](#) ).

([Pompei, 2010](#)) Pour bien piloter la performance managériale, l'entreprise doit être Bienveillante sur l'état économique du marché, suivre son évolution, sa croissance concurrentielle, et l'innovation. Les activités marketing employées par l'entreprise nécessitent de créer de la valeur, et changer les standards de performance.

Le schéma qui suit explique les procédures importantes à suivre, pour piloter la performance :

**Figure 1 : Les quatre étapes du pilotage de la performance**



Source : (Catherine & Pompéi, 2010)

Selon (Alaoui) La performance financière n'est pas suffisante pour mesurer la performance des Entreprises, Selon (Kaplan & Norton , 1992) « Les mesures à court terme devront être remplacées par de multiples indicateurs non financiers qui constituent de meilleures cibles et ont une meilleure valeur prédictive, quant aux objectifs de rentabilité à long terme de l'entreprise ».

La performance d'une organisation est définie comme la manière dont l'organisation s'efforce d'améliorer la situation financière de l'entreprise et d'être capable de rivaliser avec ses concurrents. Dans cette étude, la performance organisationnelle est classée en performance financière et performance non financière. Ces deux dimensions sont définies comme suit :

La performance financière est définie comme la performance liée à la perspective financière telle que la mesure de l'augmentation de la part de marché, l'augmentation des retours sur

investissement, l'augmentation de la marge bénéficiaire et l'amélioration de la position concurrentielle. (JOUENNE, 2012)

La performance non financière est définie comme la performance liée à la perspective opérationnelle telle que le temps de réponse aux changements de conception du produit, le temps pour les changements de volume du produit, le traitement des commandes précises, l'augmentation de la vitesse de traitement des commandes, etc. qui sont liés à la performance opérationnelle qui n'affectera pas directement le chiffre financier mais qui affecter a indirectement la performance organisationnelle. ( Lalonde & Chandler, 1994)

## **2.2. La performance logistique**

La recherche de la performance a toujours été et restera une préoccupation essentielle tellement recherchée par la logistique et par son corollaire le Supply Chain Management (SCM).

En effet, c'est cette performance logistique qui consiste à assurer la satisfaction du client en lui livrant des produits de bonne qualité, en bonne quantité, au bon moment, au bon endroit et en consommant moins de ressources. Pour y arriver, il s'avère essentiel de maîtriser toutes les fonctions opérationnelles existantes entre les fournisseurs et les distributeurs qui constituent les acteurs essentiels d'une chaîne logistique, en ce qui concerne la production, l'acheminement, l'entreposage, le conditionnement et la livraison des produits et des services sur le lieu d'utilisation ou de consommation. À partir de là, parler de la performance logistique revient à étudier comment mesurer le rapport entre le service fourni au client et les moyens consommés, dans la mesure où une logistique performante doit assurer normalement la satisfaction du client en consommant moins de ressources. 185 La performance logistique consiste donc à assurer la satisfaction du client en lui livrant des produits de bonne qualité, en bonne quantité, au bon moment, au bon endroit en consommant moins de ressources. Cela revient à maîtriser les fonctions opérationnelles établies entre les fournisseurs et les distributeurs : production, acheminement, entreposage, conditionnement et livraison sur le point de vente.

La performance logistique est une mesure de rapport entre le service fourni au client et les moyens consommés. Une logistique performante assure la satisfaction du client en consommant moins de ressources.(OUBAOUZINE, 2019)

### 2.3. Mesure de la performance

La principale motivation pour évaluer la mesure de la performance au niveau du système est que "les systèmes de mesure guident les décisions de gestion. Un système de mesures bien conçu permettra aux gestionnaires de prendre de meilleures décisions. Un système de mesure doit donc être plus qu'un assortiment disparate de mesures individuelles doit être cohérent, complet et complémentaire.

(keegan, eiler, & jones, 1989) Notent que pour la plupart des entreprises, "le problème est le suivant qu'il a trop de performances trop de mesures obsolètes et trop de mesures incohérentes". Alors que les mesures de performance s'accroissent facilement, est rare qu'elles soient supprimées.

La situation concurrentielle et d'autres facteurs créent un environnement logistique unique pour chaque entreprise qui nécessite un système de mesure des performances personnalisé. Bien qu'il soit peu probable qu'il existe un ensemble unique de mesures qui saisissent toutes les nuances des opérations logistiques de chaque entreprise.

Quatre principes communs concernant les systèmes de mesure de la performance peuvent être tirés. Premièrement, un système de mesure doit être complet, c'est-à-dire qu'il doit appréhender les performances sous plusieurs angles. (kaplan & noton, the balanced scorecard - mesures that drive performance, 1992)(chakravarthy , 1986), (harrington, 1991), (Maisel, 1992)et d'autres soutiennent qu'il faut mesurer la performance selon plusieurs dimensions afin de prendre en compte toutes les parties prenantes concernées.

Deuxièmement, le système doit être causal. En effet, il s'agit de saisir les moteurs de la performance plutôt que les seuls résultats finaux. Par exemple, (Eccles, 1992), (fisher, 1992), (kaplan, Yesterday's accounting undermines production, 1984)(howell, brown, soucy , & seed, 1987) et d'autres soulignent l'importance d'inclure dans les systèmes de mesure des paramètres non financiers qui déterminent les résultats financiers. Les systèmes comportant ce type d'indicateurs peuvent fournir une vision plus approfondie de la performance que les systèmes de mesure purement financiers.

Troisièmement, un bon système de mesure de la performance doit être intégré verticalement en reliant la stratégie globale de l'entreprise aux types particuliers de prise de décision à chaque niveau de l'entreprise. (Lynch , Cross, Ernst , & Whinney , 1987) Illustrent l'importance d'aligner les systèmes de mesure des performances des niveaux inférieurs sur

les objectifs de l'ensemble de l'entreprise afin d'encourager ce qu'(anthony , 1988)appelle "congruence des objectifs".

(Anderson, Aronsson , & Storhagen, 1989) Notent que les systèmes de mesure des performances logistiques sont généralement divisés entre la mesure de l'efficacité interne et celle de l'efficacité externe plutôt que de prendre en compte les deux. Cela crée un "écart de mesure". Où les ratios financiers (tels que le retour sur investissement) sont utilisés pour communiquer les résultats "vers le haut" à la direction générale, tandis que les mesures physiques (telles que ponctualité et l'utilisation) sont utilisées pour communiquer "vers le bas" au niveau opérationnel. Selon eux, "un des objectifs d'un système de mesure est de combler cet écart De même,(mentzer & konrad, 1988)notent que la mesure des performances devrait inclure *"l'analyse de l'efficacité et de l'efficacité dans l'accomplissement d'une tâche"*.

## 2.4. Indicateur de performance

Un indicateur de performance est un élément de décision permettant, soit de contrôler les processus en vue de l'atteinte d'objectifs définis, soit de modifier les objectifs eux-mêmes.(bitton, 1990)

Un indicateur de performance est une donnée quantifiée qui exprime l'efficacité et / ou l'efficacité de tout ou partie d'un système, par rapport à une norme. (Berrah, 2015)

Un indicateur de performance est une traduction chiffrée des objectifs stratégiques poursuivis par l'organisation. (EPSTEIN & MANZONI, 1998)

Un indicateur de performance est une information devant aider un acteur individuel ou une organisation à conduire le cours d'une action vers l'atteinte d'un objectif, ou devant lui permettre d'en évaluer le résultat. (bonnefous & chantal, 2001)

Pour (Lorino, 2011), un indicateur de performance se définit comme *" une information devant aider un acteur, individuel ou plus généralement collectif, à conduire le cours d'une action vers l'atteinte d'un objectif ou devant lui permettre d'en évaluer le résultat "*. Ce n'est donc pas une mesure " objective ", attribut du phénomène mesuré indépendant de l'observateur, mais il est construit par l'agent, en relation avec le type d'action qu'il conduit et les objectifs qu'il poursuit. L'indicateur n'est pas nécessairement un chiffre. Il peut prendre toute forme informationnelle répondant à l'une ou l'autre des deux fonctions évoquées dans la définition (conduite de l'action, évaluation de résultats).

L'indicateur devrait alors avoir une pertinence opérationnelle. Il n'a d'utilité que relativement à une action à piloter (à lancer, à ajuster, à évaluer). Il est donc étroitement lié à un processus d'action précis).

L'indicateur devrait également avoir une pertinence stratégique, son obtention devant correspondre à un objectif et mesurer l'atteinte de cet objectif (indicateur de résultat) ou qu'il informe sur le bon déroulement d'une action visant à atteindre cet objectif (indicateur de pilotage).

L'indicateur devrait enfin avoir une efficacité cognitive. Il est destiné à l'utilisation par des agents précis, généralement collectifs (équipes, y compris équipe de direction), dont il doit aider à orienter l'action et à en comprendre les facteurs de réussite. Cette condition, d'efficacité cognitive ou ergonomique de l'indicateur, signifie que celui-ci doit pouvoir être lu, compris et interprété aisément par l'agent auquel il est destiné. (daanoune & ait lhassan , 2015)

### **Section 3 : La relation entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle**

Plusieurs études ont montré que la gestion efficace de la chaîne logistique peut avoir un impact significatif sur la performance organisationnelle. Par exemple, (Li, Rao, Ragu-Nathan, & Ragu-Nathan, 2006) ont constaté que les entreprises qui réussissent à améliorer la performance de leur chaîne logistique peuvent réduire les coûts, améliorer la qualité des produits et services, et augmenter leur part de marché. De même, (Sharma & Bhagwat, 2007) ont montré que les entreprises qui utilisent des pratiques de gestion de la chaîne logistique avancées sont plus rentables et ont une meilleure satisfaction des clients.

#### **3.1. La revue de littérature**

Plusieurs études ont examiné l'impact de la gestion de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle. (Wang, Li, & Barnes, 2016)(Liu, Gao, Zhou, & Shi, 2013)(Shivalingam & Rajamma, 2020)(Chileshe & Phiri, 2022)(Brulhart & Moncef, 2015)(Baita & Ifono, 2021)(EL-Mashari & Zairi, 2000)(Holsapple & Lee-postAnita, 2010)(Yassen, Al-Salti, Tarhini, & Al-Adwan, 2018)(DAANOUNE & AIT LHASSAN, 2018)(Li, Rao, Ragu-Nathan, & Ragu-Nathan, 2006)

(Liu, Gao, Zhou, & Shi, 2013) ont mené une étude auprès de 227 entreprises de fabrication en Chine en utilisant l'analyse de régression pour tester les relations entre la chaîne logistique

et la performance organisationnelle, ils ont constaté que les pratiques de gestion de la chaîne logistique comme la gestion des fournisseurs, la gestion des stocks et la gestion des transports, avaient tous un impact significatif et positif sur la performance organisationnelle (soit la rentabilité, la satisfaction des clients, la qualité des produits et la compétitivité). De même, (Wang, Li, & Barnes, 2016) ont découvert que les pratiques avancées de gestion de la chaîne logistique qui sont la collaboration avec les fournisseurs, l'adoption des technologies de l'information et le développement des compétences avaient un impact positif significatif sur la performance organisationnelle à travers une analyse de régression menée sur 269 entreprises de fabrication en Chine.

(Shivalingam & Rajamma, 2020) Ont étudié l'importance de la gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM) en tant que stratégie cruciale pour assurer un avantage concurrentiel et améliorer la performance organisationnelle. Cette étude a identifié cinq composantes des pratiques de SCM (l'association stratégique avec les fournisseurs, les relations avec les clients, le niveau de partage d'informations, la qualité du partage d'informations et la gestion des retards) et a examiné les liens entre ces pratiques, l'avantage concurrentiel et la performance organisationnelle. Les données de l'étude ont été collectées auprès de 196 organisations et ont été analysées à l'aide de la modélisation d'équations structurelles. Les résultats ont montré que des pratiques de SCM plus élevées peuvent conduire à un avantage concurrentiel accru et à une amélioration de la performance organisationnelle. De plus, l'avantage concurrentiel peut avoir un impact direct et positif sur la performance organisationnelle.

(Chileshe & Phiri, 2022) Examine l'impact des pratiques de gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM) sur la performance des petites et moyennes entreprises (PME) dans les pays en développement, en utilisant le cas des agro-distributeurs en Zambie.

La méthode utilisée dans cette étude est une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon de 151 agro-distributeurs en Zambie. Les données ont été analysées à l'aide de l'analyse de régression pour examiner les liens entre les pratiques de SCM et la performance des entreprises.

Les résultats de l'étude montrent que les pratiques de SCM ont un impact significatif sur la performance des PME dans le contexte des agro-distributeurs en Zambie. En particulier, les pratiques de SCM telles que la planification de la demande, la collaboration avec les fournisseurs et la gestion des stocks ont un impact positif sur la performance des entreprises.

Les auteurs soulignent également que certaines pratiques de SCM, telles que la planification de la production, n'ont pas d'impact significatif sur la performance des entreprises.

L'étude réalisée par (Brulhart & Moncef, 2015) a eu pour but d'examiner la relation entre les pratiques de gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM) et la performance de l'entreprise en France.

La méthode utilisée dans cette étude est une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon de 450 entreprises françaises issues de différents secteurs (avec un taux de retour de 20,2%). La modélisation par équation structurelle est utilisée pour tester huit hypothèses formulées à partir des résultats théoriques et empiriques antérieurs.

Les résultats de l'étude montrent que les pratiques de SCM ont un impact significatif sur la performance de l'entreprise. En particulier, les pratiques de SCM ont un impact positif sur la qualité des produits, la satisfaction des clients, la réduction des coûts et la performance financière de l'entreprise. Les auteurs soulignent également que certaines pratiques de SCM, telles que la planification de la production, ont un impact plus fort sur la performance de l'entreprise que d'autres pratiques.

L'article de (Baita & Ifono, 2021) analyse l'impact de la fonction logistique sur la performance du groupe SAMGBM, l'objectif général de cette recherche est de faire une analyse sur le système de gestion logistique au sein du groupe SAMGBM et de chercher à constater l'incidence de la gestion logistique sur la performance de l'entreprise.

Les méthodes de collecte de données utilisées dans cette étude ont été principalement axées sur la source primaire de données, les données ont été recueillies à l'aide de questionnaires et d'entretiens auprès de 35 employés enquêtés.

Les données ont permis de conclure que la fonction logistique impacte positivement la performance du groupe. En outre, plus la logistique d'une entreprise s'améliore, plus l'entreprise devient performante, ce qui peut en fin de compte se traduire par une amélioration de la productivité et de l'efficacité de l'entreprise et donc son efficience.

Dans cette même logique (EL-Mashari & Zairi, 2000) ont mené une étude de cas sur une entreprise de télécommunications en Arabie saoudite pour examiner l'impact de la mise en place d'un système de gestion de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle. Les chercheurs ont utilisé l'analyse de cas pour étudier les effets de la mise en place d'un système de gestion de la chaîne logistique sur la performance de l'entreprise, et ont pu constater que la mise en place d'un système de gestion de la chaîne logistique avait un impact

significatif et positif sur la performance organisationnelle, en améliorant l'efficacité et l'efficience de la gestion de la chaîne logistique.

L'étude de (Holsapple & Lee-postAnita, 2010) a traité la relation entre les pratiques de gestion de la chaîne logistique et la performance organisationnelle dans 272 entreprises aux États-Unis. Les auteurs ont utilisé une approche d'analyse de chemin pour étudier l'impact de la gestion des fournisseurs, la gestion des stocks, et la planification et coordination de la chaîne logistique sur la rentabilité, la productivité et la satisfaction des clients au fil du temps. (Holsapple & Lee-postAnita, 2010) Ont constaté que les pratiques de gestion de la chaîne logistique avaient un impact positif et significatif sur la performance organisationnelle (rentabilité, productivité et satisfaction des clients) à court et à long terme dans les 272 entreprises. L'étude de (Yassen, Al-Salti, Tarhini, & Al-Adwan, 2018) auprès de 200 entreprises de fabrication en Jordanie a examiné l'impact de la gestion de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle. Les auteurs ont utilisé l'analyse de régression pour mener à bien leur étude et ont également constaté que les pratiques de gestion de la chaîne logistique avaient un impact positif et significatif sur la performance organisationnelle.

(DAANOUNE & AIT LHASSAN, 2018) Ont mené des entretiens sur la base d'un guide en réalisé quatre entretiens individuels semi-directifs d'une durée de 30 minutes chacun, avec des responsables de la logistique d'entreprises industrielles dans la ville de Tanger. Les résultats obtenus à travers une étude exploratoire ont permis de montrer que ces pratiques et compétences de la chaîne logistique impactent fortement la performance des entreprises enquêtées.

L'étude de (Li, Rao, Ragu-Nathan, & Ragu-Nathan, 2006) a mis en évidence l'importance d'une gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM) efficace pour obtenir un avantage concurrentiel et améliorer la performance organisationnelle. L'étude identifie cinq dimensions de la pratique de la SCM, notamment le partenariat stratégique avec les fournisseurs, la relation avec les clients, le niveau de partage d'informations, la qualité du partage d'informations et le report. Les chercheurs ont collecté des données auprès de 196 organisations et ont utilisé la modélisation par équations structurelles pour tester les relations entre les pratiques de la SCM, l'avantage concurrentiel et la performance organisationnelle.

A l'aide de tests statistiques rigoureux, comprenant la validité convergente, la validité discriminante, la fiabilité et la validation des constructions de second ordre, les résultats

obtenus suggèrent que des niveaux plus élevés de pratique de la SCM peuvent conduire à un avantage concurrentiel amélioré et à une performance organisationnelle améliorée.

(Ganesh Kumar & Nambirajan, 2013) Ont étudié le lien entre les pratiques de la chaîne logistique et la performance. L'échantillon de la population pour cette étude comprend les entreprises manufacturières situées dans le Territoire de l'Union de Pondichéry, y compris Pondichéry, Karaikal, Mahé et Yanam. La technique d'échantillonnage adoptée dans ce travail de recherche est la méthode d'échantillonnage aléatoire simple, et la taille de l'échantillon pour l'étude était de 255 entreprises manufacturières. Le résultat de l'étude montre que les pratiques de la chaîne logistique impactent positivement la performance de la chaîne logistique et organisationnelle.

### **3.2. Relation client et performance organisationnelle**

(Tzokas, Kim, Akbar, & Al-Dajani, 2015) Ont mené une étude à cet égard pour étudier la relation entre la capacité d'absorption d'une entreprise et sa capacité technologique, ainsi que son association avec la capacité de relation avec la clientèle de l'entreprise, qui contribue à la performance globale de l'entreprise. Pour cette étude, les données ont été collectées par le biais d'une enquête. L'étude a porté sur 158 entreprises et 316 questionnaires au total ont été distribués dans l'industrie des semi-conducteurs en Corée du Sud. Les données recueillies ont été analysées à l'aide du modèle d'équation structurelle exploratoire MPlus.

Les résultats de l'analyse ont montré que la capacité d'absorption d'une entreprise développe ses performances car elle contribue au développement de nouveaux produits, à l'amélioration des performances du marché et à l'accroissement de la rentabilité de l'organisation lorsque cette capacité d'absorption est appliquée en même temps que la capacité de l'entreprise à intégrer des technologies actualisées dans le programme de nouveaux produits développés. C'est ce que l'on appelle la capacité technologique des entreprises.

En outre, la performance de l'organisation est améliorée grâce à la capacité d'absorption de l'entreprise, lorsqu'une forte association avec les clients est développée afin d'obtenir des informations liées à la capacité de relation avec la clientèle. Cette étude est utile pour fournir des informations sur le rôle et l'impact de la capacité d'absorption pour utiliser les connaissances externes afin d'obtenir des gains tangibles dans les petites et moyennes entreprises de haute technologie.

(Gharakhani, Mavi, & Hamidi, 2012) Ont examiné l'influence des pratiques de SCM sur les performances managériales et l'innovation des entreprises iraniennes. Les 186 réponses appartiennent à des cadres de niveau intermédiaire et à des responsables désignés de niveau supérieur, comme le PDG et les directeurs de différents services. Les questions de mesure des pratiques de SCM impliquaient l'invention de nouvelles choses, les performances managériales des entreprises et les performances à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points. Cette recherche tente d'expliquer les associations entre les pratiques de la SCM, l'invention de nouvelles choses et les performances managériales des entreprises. Elle présente les moyennes, les erreurs surprenantes standard et les relations de tous les nombres qui changent/choses qui changent. Les résultats de l'enquête rebours sont liés à la réflexion sur l'impact des pratiques de gestion de la chaîne logistique sur les performances managériales des entreprises.

(Hussain, Jusoh, Sarfraz, & Wahla, 2018) Ont examiné et étudié l'influence de la chaîne logistique sur la performance de l'entreprise dans les secteurs textiles. Les données ont été collectées dans les secteurs des textiles et la population cible était les managers. 30 questionnaires ont été distribués aux gestionnaires qui possèdent une grande connaissance liée à la chaîne logistique, ils nous ont donné une réponse positive. Les résultats de cette étude montrent que la gestion de la chaîne d'approvisionnement n'a pas seulement un impact sur les performances des organisations, mais qu'elle constitue également un avantage concurrentiel pour ces dernières. Elles sont censées améliorer leur qualité, l'innovation de nouveaux produits, et la réduction du coût unitaire.

(Wang & Kim, 2017) Ont examiné le fait que les médias sociaux peuvent aider les entreprises à développer de nouvelles capacités de relation avec les clients et à améliorer les stratégies de marketing ainsi que les performances de l'entreprise. Les capacités de relations sociales avec la clientèle, la performance de l'entreprise, l'utilisation des médias sociaux et l'engagement des clients ont été utilisées dans cette étude. Les données ont été collectées auprès des 232 entreprises utilisant Facebook. L'étude a utilisé STATA pour l'analyse des données. Dans cette étude, nous avons trouvé des résultats qui montrent que le CRM a un impact positif sur l'engagement des clients et que les capacités de CRM social ont un impact positif sur la performance de l'entreprise. L'engagement des clients a également un impact positif sur la performance de l'entreprise.

(Al-Weshah, Al-Manasrah, & Al-Qatawneh, 2019) Ont examiné et étudié le rôle des systèmes de gestion de la relation client sur les performances des organisations de télécommunications. 300 questionnaires ont été distribués, mais les données réelles et valides n'ont été reçues qu'en 140 exemplaires. Dans cette étude, le CRM était basé sur les quatre dimensions, à savoir la qualité de l'information, la satisfaction de l'utilisateur, la qualité du système et l'utilisation du système. Les résultats ont montré qu'il n'y a pas d'impact significatif du CRM sur la performance des organisations de télécommunication, qu'il n'y a pas d'impact significatif de la qualité des systèmes sur la performance des organisations de télécommunication et qu'il n'y a pas d'impact significatif de l'utilisation des systèmes sur la performance des organisations de télécommunication.

(Haislip & Richardson, 2017) Ont examiné la relation entre le client et une organisation. L'objectif principal était d'analyser comment la mise en œuvre de la relation client profite aux ventes de l'entreprise, à la satisfaction des clients et à leurs performances globales. Le nombre d'entreprises identifiées comme ayant une CRM était de 138, mais après avoir supprimé certaines d'entre elles, il n'en restait plus que 87. Les résultats montrent que la mise en œuvre de la gestion de la relation client dans ces entreprises a eu des effets significatifs sur leurs ventes et leurs activités. Elle a également eu un effet négatif sur les frais de vente, les frais généraux et les frais administratifs. En outre, ces entreprises ont amélioré leurs opérations, leur efficacité et leur capacité de prédiction. Les résultats ont révélé qu'en mettant en œuvre la gestion de la relation client, les entreprises peuvent non seulement accroître le développement de leurs produits ou l'augmentation de leurs ventes, mais aussi réduire les dépenses liées à ce processus.

### **3.3. Le niveau de partage d'information et la performance organisationnelle**

(Khan & Siddiqui, *Information sharing and strategic supplier partnership in supply chain management: A study on pharmaceutical companies of pakistan.*, 2018) Visaient à analyser la relation entre les différents facteurs de la gestion de la chaîne logistique (SCM) et l'effet de ces facteurs sur la performance de l'entreprise manufacturière. La cible à partir de laquelle les données ont été recueillies basée sur les entreprises pharmaceutiques situées au Pakistan. Les résultats de l'étude ont montré que le partenariat avec les fournisseurs basé sur des stratégies mutuellement bénéfiques avait un impact significatif sur les performances de l'entreprise. De même, la qualité de l'information s'est avérée augmenter de manière significative les performances de l'entreprise. En outre, il a été constaté que le niveau de

partage de l'information (LOI) avait une incidence significative, mais faible (négligeable), sur les performances de l'entreprise.

(Rached, Bahroun, & Campagne, *Assessing the value of information sharing and its impact on the performance of the various partners in supply chains.*, 2015) A exploré la relation ou l'impact du partage de l'information dans la chaîne logistique sur le coût et à chaque partenaire dans la chaîne logistique. Ils ont également analysé l'effet du partage de différentes informations de la chaîne d'approvisionnement en une seule fois. Les résultats ont montré que le partage d'informations avec les partenaires sur le développement du produit avait une incidence significative sur les performances de l'entreprise. Les principales conclusions de cette étude ont révélé que le partage d'informations précises et valables entre le fournisseur et le détaillant contribuait de manière significative à l'augmentation des gains ou des performances. Il a également été constaté que pour obtenir un maximum de gains grâce au partage d'informations, il était important que le détaillant identifie tous les besoins et que le fournisseur réalise le développement avant le délai d'exécution.

### **3.4. La qualité du partage d'information et la performance de l'organisation**

L'intégration revêt une importance considérable dans les entreprises et la qualité de l'information est le principal élément susceptible d'accroître l'intégration et les performances globales de l'entreprise. Par ailleurs, la compréhension de cet aspect s'est avérée insuffisante. C'est pourquoi (Sagawa & Nagano, 2015) ont étudié la relation entre l'entreprise et sa qualité d'information. Plus précisément, ils se sont concentrés sur les variables de l'intégration, de l'incertitude, de la qualité de l'information (QI) et de la performance de l'entreprise. Ils ont également inclus des recherches antérieures afin de connaître les anciens concepts de ces variables. En outre, les études antérieures ont montré que les variables susmentionnées, à savoir l'intégration et la performance, ont été largement analysées et que, par conséquent, la présente étude ne tient pas compte de la relation entre le QI et l'intégration. En outre, certains résultats d'études antérieures montrent que le QI est un élément important pour prédire l'intégration et la performance globale de l'entreprise.

(McKnight, Lankton, Nicolaou, & Price, 2017) Ont cherché à examiner l'impact de différents types de qualité dans le commerce (B2B) sur les facteurs de confiance ou de méfiance. Les variables de qualité comprenaient la qualité de l'information (IQ), la qualité des résultats du service (SOQ) et la qualité du service (SQ). Cette étude mesure également la différence entre

la confiance et la méfiance sur l'engagement et le risque perçu. Les données utilisées dans cette étude ont été recueillies auprès d'entreprises de l'environnement B2B. L'échantillon final

De cette étude se compose de 145 réponses. La qualité des résultats du service a eu un impact positif mais non significatif sur la confiance, alors qu'il a eu un impact significatif sur la méfiance. La dernière conclusion de cette étude est que les croyances de confiance ont une relation forte et significative avec l'engagement et que les croyances de méfiance n'ont qu'un impact insignifiant sur l'engagement.

(Jacob, Fudzee, Salamat, Kasim, Mahdin, & Ramli, 2017) Ont conçu une étude de recherche et développé un modèle lié au service d'adoption de l'e-gouvernement. Ils ont inclus d'autres variables dans le modèle, notamment la qualité de l'information, la qualité du système et la confiance. L'étude a été menée par le biais d'une enquête et 237 réponses ont été recueillies auprès de citoyens indonésiens. Les données collectées ont été analysées à l'aide d'un modèle de cheminement des moindres carrés partiels intelligents. Les résultats de l'analyse ont identifié un effet de la qualité de l'information, de la qualité du système et des variables de confiance sur le comportement de l'utilisateur. L'intention comportementale, la qualité du système, la qualité de l'information et la confiance ont des effets significatifs et positifs sur l'espérance de performance. Ces trois variables sont considérées dans cette étude comme des outils importants pour l'adoption de l'administration en ligne. Des implications pratiques ont été suggérées par cette étude pour les praticiens.

### **3.5. Les partenariats stratégiques avec les fournisseurs et la performance organisationnelle**

(Wafula & George, 2015) Ont mené une étude afin d'examiner l'impact du partenariat stratégique avec les fournisseurs sur les performances organisationnelles dans le secteur de l'énergie. Cette étude était basée sur la *Kenya Pipeline Company Limited*. Cette société est considérée comme le principal acteur du secteur énergétique kenyan. L'étude était de nature descriptive et ciblait 50 employés du service des achats. La méthode de recensement a été utilisée car la population cible était restreinte et ces 50 employés ont constitué l'échantillon global. Les données primaires ont été collectées à l'aide d'un questionnaire et des statistiques différentielles (y compris la distribution des fréquences) et descriptives (y compris la régression linéaire à plusieurs variables) ont été utilisées. L'analyse de cette étude a montré que le partenariat stratégique avec les fournisseurs a contribué à améliorer la mise en réseau

et la communication entre les organisations et les fournisseurs. En outre, les résultats ont montré que le partenariat stratégique avec les fournisseurs a permis d'informatiser le système de gestion des stocks et d'améliorer l'innovation dans la chaîne logistique. Les résultats ont montré que le partenariat stratégique avec les fournisseurs a permis d'améliorer le délai de livraison des produits pétroliers sur le marché. Ce partenariat stratégique avec les fournisseurs a permis à la KPC de mieux prévoir la demande. Cette étude a montré que les partenariats stratégiques ont contribué à développer la mise en réseau et la communication entre les fournisseurs et les entreprises.

(Sedyaningrum, Prasetya, & Mawardi) Se sont concentrés sur l'analyse du rôle du partenariat stratégique des fournisseurs (SSP) et de son impact sur l'intégration dans la chaîne logistique (SC). La cible de l'étude actuelle était l'Indonésie et plus précisément la province de l'Est. L'échantillon final était basé sur 200 réponses qui ont été utilisées pour l'analyse des données. Les résultats ont montré que le SSP n'était pas lié de manière significative à toutes les variables utilisées dans l'étude. Cependant, l'intégration de la supply chain s'est avérée significativement et positivement liée à la performance et à la performance des agriculteurs. En outre, les résultats ont révélé que l'amélioration de l'intégration et de la gestion de la supply chain était le principal facteur d'augmentation de leurs performances et de leur développement.

### **3.6. La différenciation retardée et la performance organisationnelle**

(Simão, Gonçalves, & Rodriguez, 2016) Se sont concentrés sur l'analyse de la relation entre la logistique et la performance de la chaîne d'approvisionnements verts et le rôle du report dans cette relation. Le rôle du report a également été analysé pour déterminer ses effets sur le transport dans la gestion de la chaîne logistique. La population cible de l'étude était les entreprises manufacturières allemandes. Les résultats montrent que les stratégies de report dans la logistique sont liées de manière significative à la performance logistique globale et augmentent le temps de livraison des produits. En outre, ces stratégies affectent de manière significative les performances de l'entreprise en ce qui concerne les objectifs écologiques. En conclusion, les stratégies de report ont permis d'accroître les performances de l'entreprise et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, ce qui se traduit par une amélioration des performances écologiques.

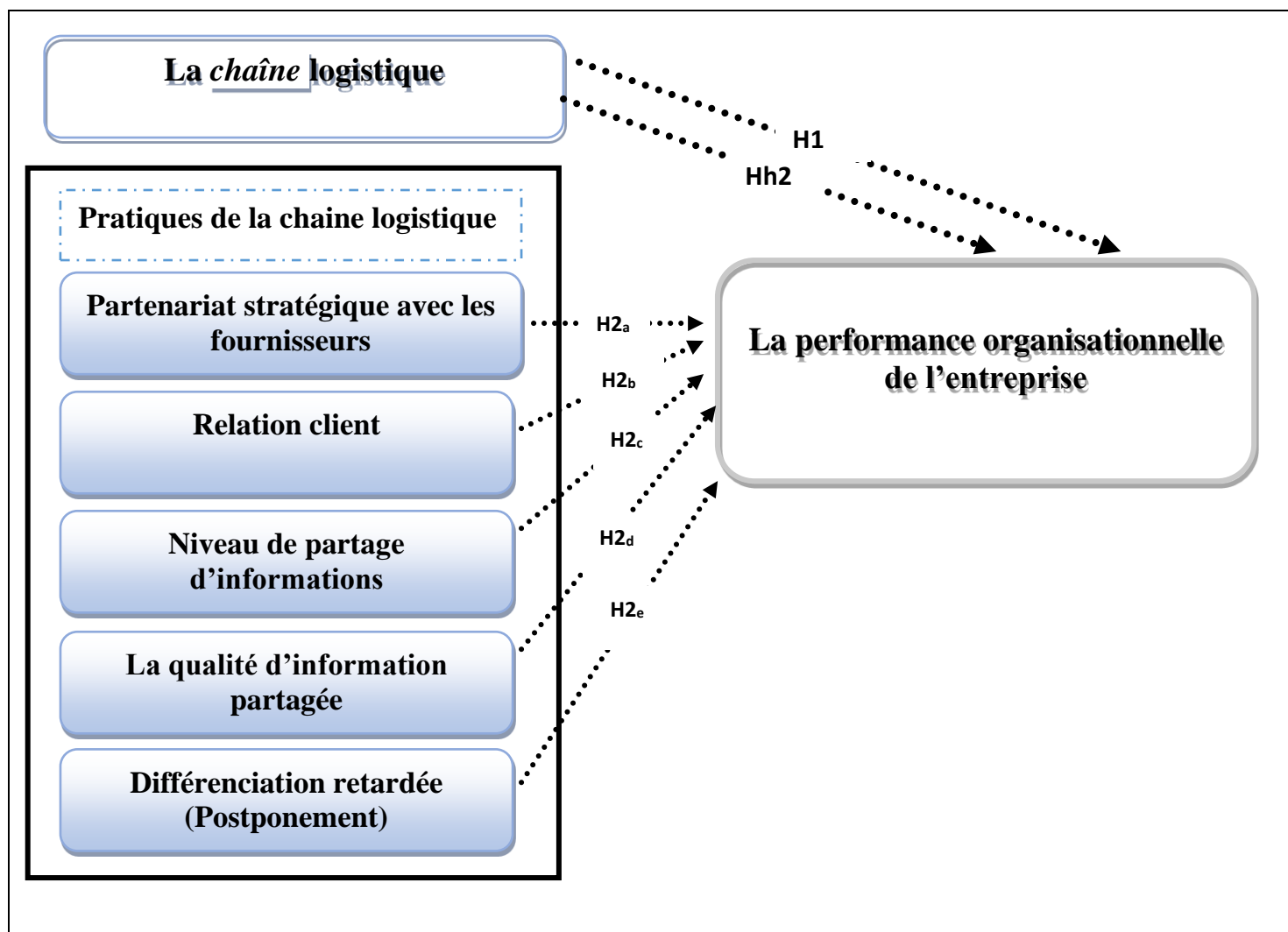
Dans ce contexte, (Carbonara & Pellegrino, 2018) ont mené une étude afin d'identifier la valeur du report en tant que stratégie organisationnelle d'atténuation des perturbations dans

la chaîne logistique. À cette fin, ils ont conçu un modèle d'option réelle de calcul qui a étudié la valeur du report dans la stratégie d'atténuation de l'organisation dans les perturbations liées à l'offre et à la demande en tenant compte de la valeur liée à la flexibilité managériale concernant la décision d'exploiter la stratégie ou non, et le calendrier de la perturbation et de la différenciation du produit. Les chercheurs ont mené des expériences numériques pour cette étude, qu'ils ont commencée par l'examen des paramètres de base, puis la recherche s'est orientée vers les impacts des valeurs variables des paramètres. Cette analyse numérique a montré qu'il est important d'ajouter une option de méthode d'évaluation au moment de l'établissement du prix de la valeur de report.

Cela explique que les responsables d'organisations n'adoptent les stratégies de report qu'au moment où elles sont considérées comme précieuses et qu'ils préfèrent éviter de faire peser sur l'entreprise les coûts irrécupérables qui en découlent. Grâce à l'élaboration d'un modèle de mise en œuvre du report dans différentes situations, les chercheurs ont identifié les conditions dans lesquelles la stratégie de report permet d'atténuer les perturbations de la chaîne logistique.

(Dong, Tang, & Zhou, 2019) Ont examiné le rôle des différentes stratégies de report dans la chaîne logistique (SC) pour analyser spécifiquement comment les techniques ou stratégies de report de quantité et de prix affectent la flexibilité de la SC pour faire face à différents risques comme les risques liés à l'offre et à la demande. Dans cette étude, une entreprise qui a pris les deux décisions de report en fonction du risque a été sélectionnée. Les résultats montrent que lorsqu'une entreprise choisit la stratégie de report de quantité, il s'avère que le volume de production de biens est presque égal à la demande du marché parce que le risque d'offre a été résolu. Cependant, la stratégie de report du prix a permis de constater que la production de biens était supérieure à la demande du marché, ce qui a entraîné une surproduction. En outre, ce report a permis de gérer le risque d'approvisionnement en diminuant la quantité, mais on s'est assuré d'augmenter les bénéfices en atténuant le risque d'approvisionnement.

Figure 2 : Les pratiques de la chaîne logistique et la performance organisationnelle



Source : élaboré par nous-même.

## Conclusion

Le but de ce chapitre est d'analyser de manière approfondie les termes et les concepts associés à la chaîne logistique et à la performance organisationnelle, tout en examinant les études pertinentes pour notre question de recherche. Dans le chapitre suivant, nous exposerons le cadre méthodologique.

# **CHAPITRE II : CADRE MÉTHODOLOGIQUE**

## **Introduction**

Suite à l'analyse approfondie de la revue de littérature et des termes et concepts liées à la chaîne logistique et à la performance organisationnelle, ce deuxième chapitre présente le cadre méthodologique utilisé pour notre recherche.

### **1. Approche et type de recherche**

Nous allons définir dans ce chapitre l'approche méthodologique adoptée pour notre étude, notre méthode et nos instruments de collecte, nos outils d'analyse de données, l'échantillonnage et les échelles de mesures optées pour notre étude.

Ils existent deux approches de recherche principales : l'approche qualitative et l'approche quantitative. L'approche quantitative implique la collecte et l'analyse de données numériques afin de trouver des corrélations entre les variables et de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de recherche (Babbie , 1998). Cette méthode utilise un grand nombre de participants pour les données, mais ne fournit pas d'informations détaillées sur les participants individuels (Blessing & Chakrabarti, 2009). La collecte de données impartiales a lieu dans le cadre de la méthode quantitative et elle permet de réduire les données (Kothari, 2004). Et étant donné que l'étude vise à collecter et analyser un grand ensemble de données, et à travers les études précédentes de (Brulhart & Moncef, 2015) et (Liu, Gao, Zhou, & Shi, 2013) la méthode de recherche utilisée est quantitative.

Il existe également deux types de recherche : la recherche exploratoire et la recherche explicative. La recherche explicative est importante car elle permet de confirmer ou d'infirmer les théories qui ont été examinées en profondeur dans l'étude (Kothari, 2004). Elle fournit une explication détaillée du phénomène étudié et évalue les variables qui représentent le comportement des personnes et leurs actions, ainsi que les conditions dans lesquelles elles peuvent être influencées (Kumar & Phrommathed, 2005). Étant donné que l'étude confirme une théorie, elle applique la recherche explicative comme type de recherche.

Pour notre étude, nous avons également ajouté une méthode qualitative afin de renforcer l'étude quantitative et pour répondre à notre problématique de recherche. La recherche qualitative est un ensemble de techniques d'investigation couramment utilisées pour comprendre le comportement et les perceptions des gens. Elle permet d'explorer plus en profondeur les points de vue des participants sur un sujet donné, contrairement aux enquêtes qui sont plus limitées. Les idées et les hypothèses générées par la recherche qualitative aident

à comprendre comment un problème est perçu par la population cible et permettent d'identifier des options pertinentes pour résoudre ce problème.

Dans les méthodes d'investigation qualitatives, le chercheur se concentre sur la compréhension des phénomènes plutôt que sur leur preuve ou leur contrôle. Il utilise des techniques telles que les études de cas, les observations et les entretiens pour étudier des faits précis. L'analyse qualitative peut être descriptive, énumérative, comparative ou conduire à l'établissement de nouveaux liens entre variables. L'objectif est de donner du sens aux phénomènes à travers l'observation, la description, l'interprétation et l'appréciation de l'environnement et du phénomène lui-même. (Konaté & Sidibé, 2006).

Pour mener notre étude quantitative, nous avons contacté via LinkedIn 100 personnes et par email 80 entreprises, soit un total de 180 personnes contactées. Nous avons également mené une étude qualitative en faisant des entretiens avec cadres supérieurs, de managers et de responsables en logistique. Nous avons interviewé au total quatre (4) personnes de profils différents et d'établissements différents.

## **2. Conception de la recherche**

Les instruments de collecte de nos données sont un questionnaire suivi d'un guide d'entretien.

Le questionnaire de recherche partagé a été construit à l'aide de l'outil Google Forms, et a été distribué en ligne ; par email ainsi que sur la plateforme professionnelle LinkedIn. Le questionnaire comprend principalement des questions fermées (échelle de Likert).

Les questions, échelles et les différents éléments composant le questionnaire sont fondés sur la base d'une revue exhaustive de la littérature et l'avis d'experts dans le domaine. Les questions sont regroupées par catégories, obtenant ainsi un total de trois (3) rubriques. La durée de réponse moyenne à ce questionnaire est de 10 à 12 minutes, selon le retour de quelques participants à l'étude. Nous avons obtenu un total de 107 réponses exploitables.

Les données recueillies sont traitées statistiquement avec l'outil Excel et le programme SPSS (Statistical Package for the Social Sciences : version 25).

Nous avons également mené une étude qualitative dans le but d'explorer les résultats obtenus dans l'étude quantitative et de renforcer la discussion en ce sens. Le guide d'entretien, organisé en deux parties et contenant des questions semi-directives, visait à approfondir les résultats obtenus dans l'étude quantitative. Pour tester nos hypothèses, nous avons mené une

étude mixte comprenant une analyse bidimensionnelle et une analyse multidimensionnelle. L'étude qualitative a également pour objectif de renforcer l'étude quantitative en explorant davantage ses résultats et en proposant des recommandations. Nous avons mené un total de quatre (4) entretiens avec des professionnels de profils différents, et les données recueillies ont été traitées statistiquement à l'aide du programme NVIVO.

### **2.1. Rubrique du questionnaire / Guide d'entretien**

Nous avons mis en place un processus de collecte de données comprenant un questionnaire et un guide d'entretien.

Notre questionnaire s'appuie sur les travaux ([Liu, Gao, Zhou, & Shi, 2013](#)) et de ([Baita & Ifono, 2021](#)) composé de 3 sections :

- ✓ Informations générales ;
- ✓ Pratiques de la chaîne logistique ;
- ✓ Performance organisationnelle.

Concernant le guide d'entretien, nous nous sommes inspirées du travail de ([DAANOUNE & AIT LHASSAN, 2018](#)). Dans la première partie nous retenons les informations générales de nos interviewés, à savoir : leurs fonctions et le nombre d'années d'expérience cumulés en logistique. La seconde partie du guide d'entretien concerne le volet des pratiques de la chaîne logistique et de la performance organisationnelle.

## **3. Population**

Le choix du secteur pharmaceutique pour cette recherche se justifie par l'importance vitale de la chaîne logistique dans les entreprises pharmaceutiques. En effet, la gestion efficace de la chaîne logistique revêt une importance capitale dans ce secteur où les entreprises sont confrontées à des pressions économiques et concurrentielles constantes, ce qui nécessite des améliorations de l'efficacité opérationnelle et une optimisation des processus de la chaîne logistique. Il convient de noter qu'en Algérie, il existe environ 196 entreprises pharmaceutiques.

Pour obtenir les coordonnées des professionnels, nous avons utilisé la plateforme LinkedIn comme base de données. Notre sélection des répondants s'est basée sur leur rôle, leur entreprise et leur niveau de connaissance.

Nous avons diffusé le questionnaire sur LinkedIn et avons également contacté 100

professionnels via messagerie.

En outre, nous avons mené des entretiens avec quatre personnes ayant une expérience en logistique afin d'obtenir différentes perspectives sur les résultats de notre étude quantitative. L'objectif de ces entretiens était d'explorer plus en détail les résultats de notre étude quantitative.

#### **4. Echantillon**

Population de l'étude	196 entreprises du secteur pharmaceutique
Taille de l'échantillon	107 entreprises
Méthode d'échantillonnage	Effet boules de neige
Outils de collectes	Questionnaire et guide d'entretien
Outils de traitement	SPSS, NVIVO, Excel

#### **Conclusion**

Ce deuxième chapitre met en lumière la méthodologie choisie pour mener à bien notre étude, ainsi que le choix du secteur. Cette approche nous a offert une compréhension approfondie des processus grâce aux différents outils utilisés pour la collecte des données.

# **CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSION**

## Introduction

Le troisième chapitre constitue la partie pratique de notre recherche, après avoir examiné les principaux concepts théoriques liés à notre sujet dans les deux chapitres précédents. Il est divisé en deux sections qui présentent les résultats obtenus et les discutent en détail.

### Section 1 : Présentation et analyse des résultats

Cette Section met en évidence les résultats obtenus suite aux études quantitative et qualitative.

#### 1.1. Résultats de l'analyse quantitative

Dans ce titre, nous présentons les tests effectués sur les données récolter à travers le questionnaire en fournissons des commentaires sur les résultats obtenus.

##### 1.1.1. Statistiques de fiabilité

- **Statistiques de fiabilité de l'échelle globale**

Dans l'objectif de s'assurer de la fiabilité et de la cohérence interne des échelles de mesure retenues nous avons opté pour la méthode Alpha de Cronbach. Les travaux de Peterson (1995) ont montré que le coefficient ( $\alpha$ ) devrait être supérieur au seuil de (0,70) communément admis pour s'assurer d'une meilleure stabilité du questionnaire.

Le résultat d'application du coefficient est présenté dans le tableau ci-dessous :

**Tableau 2 : Test d'Alpha Cronbach global**

Statistiques de fiabilité	
Alpha Cronbach	Nombre d'éléments
0,984	29

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous remarquons ici que la valeur du coefficient est de (**0,984**) pour les 29 items. Ce qui est fort comme une valeur du coefficient puisqu'elle est supérieure du seuil minimum requis de (0,70) ainsi que cette valeur est proche de 1. Par conséquent, nous pouvons dire que nous obtenons pour cette échelle composée de vingt-neuf (29) éléments une cohérence interne très satisfaisante.

- **Statistiques de fiabilité pour les variables d'étude**

**Tableau 3 : Test d'Alpha Cronbach pour les variables d'étude**

<b>Statistiques de fiabilité</b>			
<b>Variables</b>		<b>Coefficient d'Alpha Cronbach</b>	<b>Nombre d'items</b>
<b>Pratiques de La chaîne Logistique</b>	Partenariat stratégique avec les fournisseurs	0.940	06
	La relation client	0.915	04
	Le niveau de partage d'informations	0.942	06
	La qualité d'information partagée	0.908	05
	La différenciation retardée (Postponement)	0.881	03
<b>La performance organisationnelle de l'entreprise</b>		0.925	05

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les valeurs de coefficients Alphas de Cronbach obtenues pour les pratiques de la variable indépendante 'Pratiques de la chaîne logistique ' sont de : (0.940) pour le partenariat stratégique avec les fournisseurs, de (0.915) pour la relation client, de (0.942) pour le niveau de partage d'informations, de (0.908) pour la qualité d'information partagée et de (0.881) pour la différenciation retardée (Postponement). Ceci confirme la forte cohérence interne entre les items pour chaque pratique.

La valeur de coefficients Alphas de Cronbach obtenue pour la variable dépendante 'La performance organisationnelle de l'entreprise est de (0.925). Ceci confirme la forte cohérence interne entre les items pour cette variable.

### **1.1.2. Matrice de corrélation**

La matrice de corrélation indique les valeurs de corrélation, qui mesurent le degré de relation linéaire entre chaque paire de variables.

Tableau 4 : Matrice de corrélation de Spearman

		Partenariat stratégique avec les fournisseurs	La relation client	Le niveau de partage d'informations	La qualité d'information partagée	La différenciation retardée Postponement	performance organisationnelle de l'entreprise
Partenariat stratégique avec les fournisseurs	Corrélation Spearman	1	,578**	,542**	,601**	,594**	,605**
	Sig	/	,000	,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107
La relation client	Corrélation Spearman	,578**	1	,577**	,537**	,551**	,602**
	Sig	,000	/	,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107
Le niveau de partage d'informations	Corrélation Spearman	,542**	,577**	1	,527**	,604**	,494**
	Sig	,000	,000	/	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107
La qualité d'information partagée	Corrélation Spearman	,601**	,537**	,527**	1	,482**	,571**
	Sig	,000	,000	,000	/	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107
La différenciation retardée Postponement	Corrélation Spearman	,594**	,551**	,604**	,482**	1	,498**
	Sig	,000	,000	,000	,000	/	,000
	N	107	107	107	107	107	107
Performance organisationnelle de l'entreprise	Corrélation Spearman	,605**	,602**	,494**	,571**	,498**	1
	Sig	,000	,000	,000	,000	,000	/
	N	107	107	107	107	107	107

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

D'après les résultats du tableau ci-dessus, nous remarquons que toutes les variables sont significativement corrélées entre elles, il existe une moyenne corrélation entre les variables expliquant leur connectivité ce qui indique l'existence d'une influence positive et d'une relation entre les variables, de ce fait nous poursuivons notre analyse sans omettant aucun élément.

### 1.1.3. La corrélation entre items et leurs variables

- **Corrélation entre les items du partenariat stratégique avec les fournisseurs**

**Tableau 5 : Corrélations entre les items du partenariat stratégique avec les fournisseurs et le score total de cette pratique**

Items	Corrélation	Partenariat stratégique avec les fournisseurs
1. Nous considérons la qualité comme notre premier critère de sélection des fournisseurs	Corrélation Spearman	<b>,693**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
2. Nous résolvons régulièrement des problèmes en collaboration avec nos fournisseurs	Corrélation Spearman	<b>,739**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
3. Nous avons aidé nos fournisseurs à améliorer la qualité de leurs produits	Corrélation Spearman	<b>,768**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
4. Nous avons mis en place des programmes d'amélioration continue auxquels participent nos principaux fournisseurs	Corrélation Spearman	<b>,773**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
5. Nous incluons nos principaux fournisseurs dans nos activités de planification et de définition des objectifs	Corrélation Spearman	<b>,683**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
6. Nous impliquons activement nos principaux fournisseurs dans les processus de développement de nouveaux produits	Corrélation Spearman	<b>,705**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
<b>** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)</b>		

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

En ce qui concerne la corrélation entre les items du partenariat stratégique avec les fournisseurs et le score total de cette pratique, les données du tableau N°04 indiquent que la corrélation linéaire (r) est **fortement corrélée** pour les items numéros (02,04 et 06) et **moyennement corrélée** pour les items numéros (01,03 et 05) ( $0.5 < r < 0.7$ ), les coefficients de corrélation sont significativement différents de zéro à un risque d'erreur de 1%.

- **Corrélation entre les items de la relation client**

**Tableau 6 : Corrélations entre les items de la relation client et le score total de cette pratique**

Items	Corrélation	La relation client
1. Nous interagissons fréquemment avec les clients pour qu'ils nous fixent des normes de fiabilité, de réactivité et autres	Corrélation Spearman	<b>,810**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
2. Nous mesurons et évaluons fréquemment la satisfaction des clients	Corrélation Spearman	<b>,812**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
3. Nous déterminons fréquemment les attentes des futurs clients	Corrélation Spearman	<b>,751**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
4. Nous facilitons la possibilité pour les clients de nous demander de l'aide	Corrélation Spearman	<b>,802**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
<b>** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)</b>		

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

À propos la corrélation entre les items de la relation client et le score total de cette pratique, les résultats du tableau N°05 révèlent que la corrélation linéaire ( $r$ ) de l'ensemble des items attribués à cette pratique est **fortement corrélée** ( $0.7 < r < 1$ ), la corrélation est significative au niveau 0.01 (1%). les coefficients de corrélation sont significativement différents de zéro à un risque d'erreur de 1%.

- **Corrélation entre les items du niveau de partage d'informations**

**Tableau 7 : Corrélations entre les items du niveau de partage d'informations et le score total de cette pratique**

Items	Corrélation	Le niveau de partage d'informations
5. Nous informons nos partenaires à l'avance de l'évolution de leurs besoins	Corrélation Spearman	<b>,690**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
6. Nos partenaires partagent avec nous des informations exclusives	Corrélation Spearman	<b>,724**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
7. Nos partenaires nous tiennent pleinement informés des questions qui affectent nos activités	Corrélation Spearman	<b>,731**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
8. Nos partenaires partagent avec nous leurs connaissances des processus commerciaux de base	Corrélation Spearman	<b>,780**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
9. Nos partenaires et nous-mêmes échangeons des informations qui nous aident à planifier nos activités	Corrélation Spearman	<b>,699**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
10. Nos partenaires et nous-mêmes nous tenons mutuellement informés des événements ou des changements susceptibles d'affecter les autres partenaires	Corrélation Spearman	<b>,673**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
<b>** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)</b>		

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Concernant la corrélation entre les items de la relation client et le score total de cette pratique, les résultats du tableau N°06 montrent indiquent que la corrélation linéaire (r) est **fortement corrélée** pour les items numéros (12,13 et 14) et **moyennement corrélée** pour les items numéros (11,15 et 16) ( $0.5 < r < 0.7$ ), les coefficients de corrélation sont significativement différents de zéro à un risque d'erreur de 1%.

- **Corrélation entre les items de la qualité d'information partagée**

**Tableau 8 : Corrélations entre les items de la qualité d'information partagée et le score total de cette pratique**

Items	Corrélation	La qualité d'information partagée
11. L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est opportun	Corrélation Spearman	<b>,719**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
12. L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est exact	Corrélation Spearman	<b>,725**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
13. L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est complet	Corrélation Spearman	<b>,774**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
14. L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est adéquat	Corrélation Spearman	<b>,732**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
15. L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est fiable	Corrélation Spearman	<b>,728**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
<b>** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)</b>		

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

À l'égard de la corrélation entre les items de la qualité d'information partagée et le score total de cette pratique, les résultats du tableau N°07 montrent que la corrélation linéaire ( $r$ ) de l'ensemble des items attribués à cette pratique est **fortement corrélée** ( $0.7 < r < 1$ ), la corrélation est significative au niveau 0.01 (1%). Les coefficients de corrélation sont significativement différents de zéro à un risque d'erreur de 1%.

- **Corrélation entre les items de la différenciation retardée (Postponement)**

**Tableau 9 : Corrélations entre les items de la différenciation retardée (Postponement) et le score total de cette pratique**

Items	Corrélation	La différenciation retardée (Postponement)
16. Nos produits sont conçus pour être assemblés de manière modulaire	Corrélation Spearman	<b>,875**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
17. Nous retardons les activités d'assemblage des produits finis jusqu'à ce que les commandes des clients soient effectivement reçues	Corrélation Spearman	<b>,790**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
18. Nous retardons les activités d'assemblage du produit final jusqu'à la dernière position possible (ou la plus proche des clients) dans la chaîne logistique	Corrélation Spearman	<b>,774**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
<b>** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)</b>		

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Concernant la corrélation entre les items de la différenciation retardée (Postponement) et le score total de cette pratique, les résultats du tableau N°08 indiquent que la corrélation linéaire (r) de l'ensemble des items attribués à cette pratique est **fortement corrélée** ( $0.7 < r < 1$ ), la corrélation est significative au niveau 0.01 (1%). Les coefficients de corrélation sont significativement différents de zéro à un risque d'erreur de 1%.

- **Corrélation entre les items et la variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)**

**Tableau 10 : Corrélations entre les items la performance organisationnelle de l'entreprise et le score total de cette variable**

Items	Corrélation	La performance organisationnelle de l'entreprise
19. Notre organisation a augmenté son retour sur investissement par rapport à ses concurrents	Corrélation Spearman	<b>,726**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
20. Notre organisation a augmenté sa part de marché par rapport à ses concurrents	Corrélation Spearman	<b>,750**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
21. Notre organisation a augmenté la croissance de ses ventes par rapport à ses concurrents	Corrélation Spearman	<b>,753**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
22. Notre organisation a augmenté sa marge bénéficiaire sur les ventes par rapport a ses concurrent	Corrélation Spearman	<b>,738**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
23. Notre organisation a renforcé sa position concurrentielle globale sur le marché	Corrélation Spearman	<b>,779**</b>
	Sig.(bilateral)	,000
	N	107
<b>** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (01%)</b>		

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

À propos la corrélation entre les items de la performance organisationnelle de l'entreprise et le score total de cette variable, les résultats du tableau N°09 révèlent que la corrélation linéaire ( $r$ ) de l'ensemble des items attribués à cette pratique est **fortement corrélée** ( $0.7 < r < 1$ ), la corrélation est significative au niveau 0.01 (1%). Les coefficients de corrélation sont significativement différents de zéro à un risque d'erreur de 1%.

## 1.1.4. Répartition des enquêtés selon les informations générales

Tableau 11 : Répartition des enquêtés selon les informations générales

Variables			
Genre	<b>Genre</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Homme	60	56,1%
	Femme	47	43,9%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
L'âge	<b>Tranche d'âge</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
	25-34 ans	36	36,6%
	35-44 ans	24	22,5%
	45-54 ans	30	28%
	De 55 ans et plus	17	15,9%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
Le statut juridique de l'entreprise	<b>Statut Juridique</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	SARL	30	28%
	EURL	37	34,7%
	SPA	18	16,8%
	SNC	08	07,5%
	EPIC	13	12,1%
	Employé	01	00,9%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
La nature juridique de l'entreprise	<b>Nature juridique</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Public	37	34,6%
	Privé	46	43%
	Mixte	24	22,4%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
La taille de l'entreprise	<b>La taille de l'entreprise</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Petite	16	15%
	Moyenne	57	53,3%
	Grande	34	31,7%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
Le nombre d'employés de l'entreprise	<b>Nbre d'employés</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Moins de 50 employés	28	26,2%
	51 et 100 employés	43	40,3%
	Plus de 100 employés	36	33,6%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
Le montant du capital social de l'entreprise	<b>Montant</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Moins de 1 Million Da	21	19,6%
	Entre 1 -5 Millions Da	50	46,8%
	Plus de 5 Millions Da	36	33,6%

	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
<b>Le secteur de travail</b>	<b>Secteurs</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Pharmaceutique	101	94,5%
	Transport / Distribution	01	00,9%
	BTHP / Construction	01	00,9%
	Activité industrielle	01	00,9%
	Télécommunication/technologie	01	00,9%
	Agriculture	02	01,9%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
<b>La durée d'activité d'entreprise</b>	<b>Durée</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	1 à 05 ans	29	27,1%
	06 à 10 ans	43	40,2%
	Plus de 10 ans	35	32,7%
	<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>
<b>Le rôle dans l'entreprise</b>	<b>Le rôle</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Directrice / Directeur	28	26,2%
	Manager / Responsable	33	30,8%
	Chef de projet	23	21,5%
	Collaborateur	22	20,6%
	Comptable	01	00,9%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>
<b>Le lieu de résidence</b>	<b>Wilayas</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage</b>
	Wilaya d'Alger	40	37,4%
	Wilaya de Blida	19	17,8%
	Wilaya de Béjaïa	9	08,4%
	Wilaya de Tipaza	4	03,7%
	Wilaya de Biskra	4	03,7%
	Wilaya de Tizi Ouzou	3	02,8%
	Wilaya de Bouira	4	03,7%
	Wilaya de Constantine	4	03,7%
	Wilaya de Tlemcen	4	03,7%
	Wilaya de Sétif	3	02,8%
	Wilaya de Chlef	2	01,9%
	Wilaya de Djelfa	2	01,9%
	Wilaya de Batna	2	01,9%
	Wilaya de Laghouat	2	01,9%
	Wilaya d'Oum El Bouaghi	1	0,9%
	Wilaya de Tébessa	1	0,9%
	Wilaya de Béchar	1	0,9%
	Wilaya d'Oran	1	0,9%
	Wilaya de Tamanrasset	1	0,9%
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>	

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Le tableau ci-dessus montre que la plupart des répondants sont des hommes avec un pourcentage de 56,1% tandis que les femmes représentent 43,9% des répondants.

En ce qui concerne la catégorie d'âge la plupart des répondants ont entre 25 et 34 ans avec un pourcentage de 36,6% et ceux qui ont entre 45 et 54 ans avec un pourcentage de 28% puis ceux qui ont entre 35 et 44 ans avec un pourcentage de 22,5% et vers la fin ceux qui ont 55 ans et plus avec un pourcentage de 15,9%.

À propos du statut juridique nous avons pu constater que l'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL) représente un pourcentage de 34,6% de la totalité des répondants, la Société à Responsabilité Limitée (SARL) représente un pourcentage de 28%, Puis, La Société Par Action (SPA) représente un pourcentage de 16,8%, l'Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC) représente un pourcentage de 12,1%. La Société au Nom Collectif (SNC) représente un pourcentage de 07,5% et 00,9% se sont des employés.

Concernant la nature juridique de l'entreprise des répondants nous avons pu remarquer que 43% est le pourcentage qui représente le privé, public avec un pourcentage de 34,6%, mixte avec un pourcentage de 22,4%.

Le tableau ci-dessus révèle la taille de l'entreprise des répondants : 53,3% est le pourcentage qui représente la taille moyenne, 31,7% représente la grande taille et vers la fin 15% représente la petite taille.

Le nombre d'employés de l'entreprise est reparti en trois parties commençant par 51 et 100 employés sont représentés par un pourcentage de 40,3%, plus de 100 employés sont représentés par un pourcentage de 33,6% puis moins de 50 employés sont représentés par un pourcentage de 26,2%.

Ce que nous avons pu constater à propos du montant du capital social de l'entreprise des répondants : 46,8% représente entre 1-5 millions dinars, 33,6% représente plus de 5 millions dinars et 19,6% représente moins d'un million dinars.

Concernant le secteur de travail de l'entreprise des répondants nous avons remarqué un pourcentage très élevé avec 94,5% pour la pharmaceutique, puis 1,9% représente l'agriculture enfin 00,9% est le pourcentage identique qui englobe (transport/ distribution, BTHP/ construction, activité industrielle et télécommunications/ technologie).

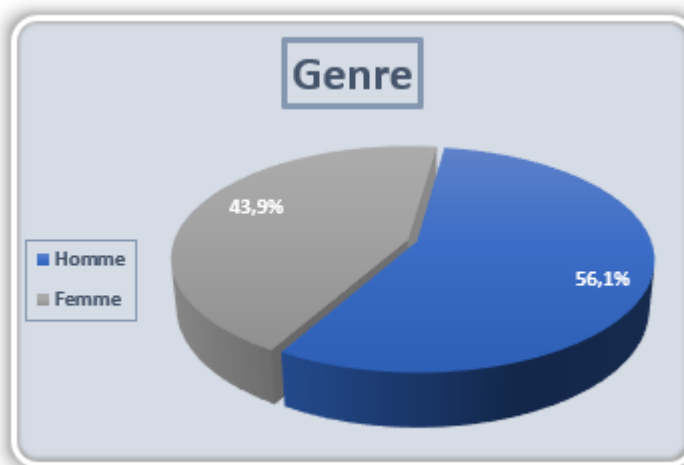
Passant à la durée d'activité d'entreprise des répondants nous avons noté 40,2% représente la durée de 6 à 10 ans puis, 32,7% représente la durée de plus de 10 ans et 27,1% représente la durée de 1 à 5 ans.

En ce qui concerne le rôle dans l'entreprise pour les répondants, nous avons remarqué que 30,8% représente le rôle de manager/ responsable, 26,2% est le pourcentage qui représente le rôle du directeur/ directrice, 21,5% représente le rôle du chef de projet, concernant le rôle de collaborateur est représenté par 20,6% enfin, 00,9% représente le rôle du comptable.

Enfin en ce qui concerne le lieu de résidence des enquêtés nous avons remarqué que : 37,4% pour ceux qui résidents de la wilaya d'Alger , 17,8% pour ceux qui résidents de la wilaya de Blida, 08,4% pour ceux qui résidents de la wilaya de Bejaïa, 03,7% pour ceux qui résidents là les wilayas : de Tipaza , la wilaya de Biskra , la wilaya de Bouira, la wilaya de Constantine et la wilaya de Tlemcen, 02,8% pour ceux qui résidents les wilayas de Tizi Ouzou et la wilaya de Sétif , 01,9% pour ceux qui résidents les wilayas de : Chlef, la wilaya de Djelfa, la wilaya de Batna et la wilaya de Laghouat , enfin 0,9% est le pourcentage pour ceux qui résidents les wilayas de : Oum El Bouaghi, la wilaya de Tébessa , la wilaya de Béchar , la wilaya d'Oran et la wilaya de Tamanrasset.

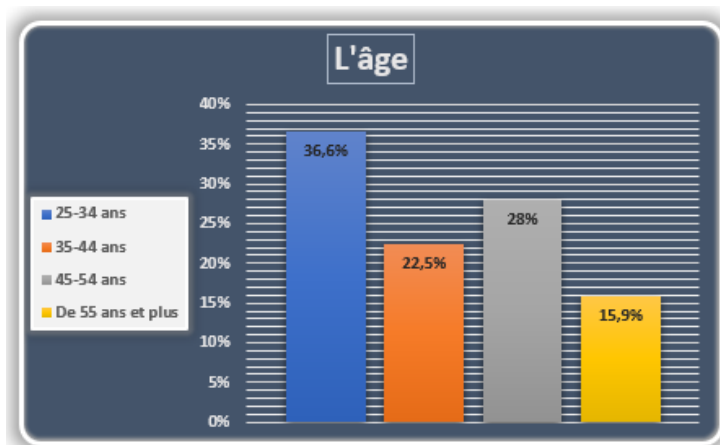
- **La représentation graphique**

**Figure 3 : Répartition des enquêtés selon leur genre**



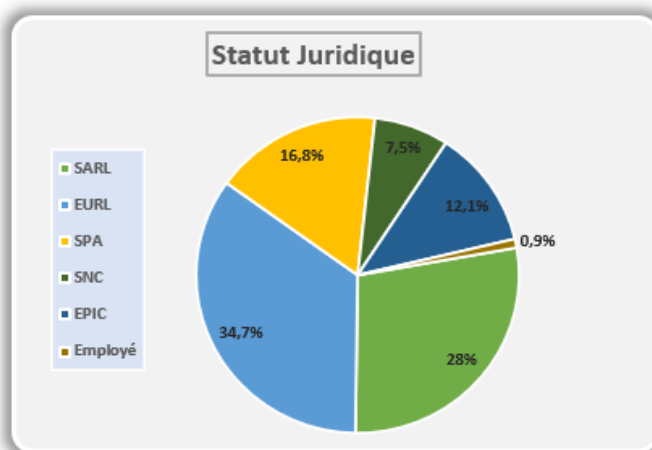
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 4 : Répartition des enquêtés selon leur tranche d'âge**



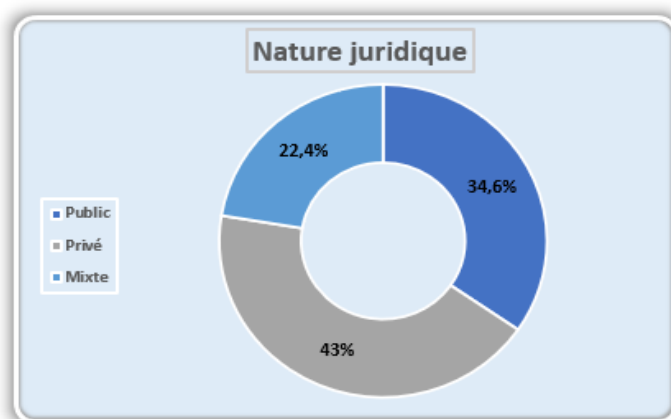
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 5 : Répartition des enquêtés selon le statut juridique de l'entreprise**



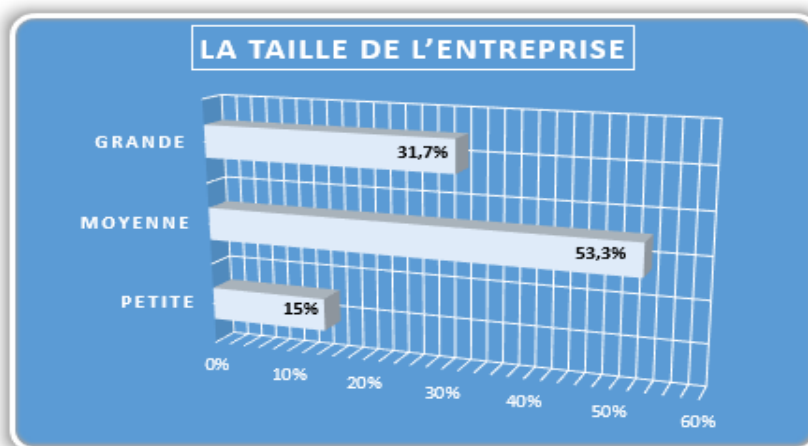
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 6 : Répartition des enquêtés selon la nature juridique de l'entreprise**



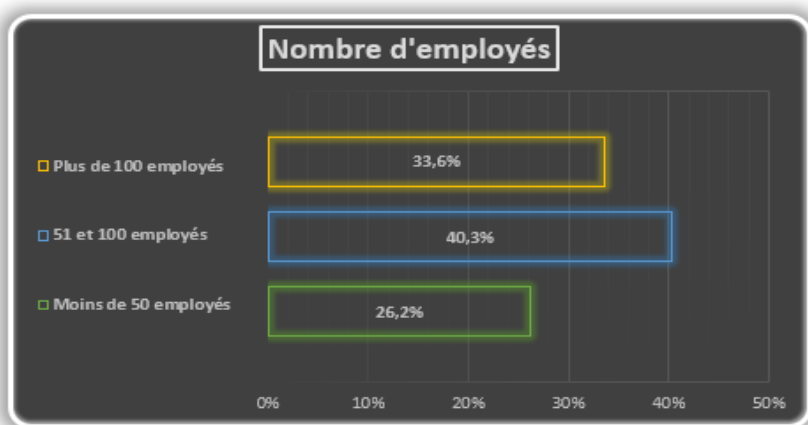
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 7 : Répartition des enquêtés selon la taille de l'entreprise**



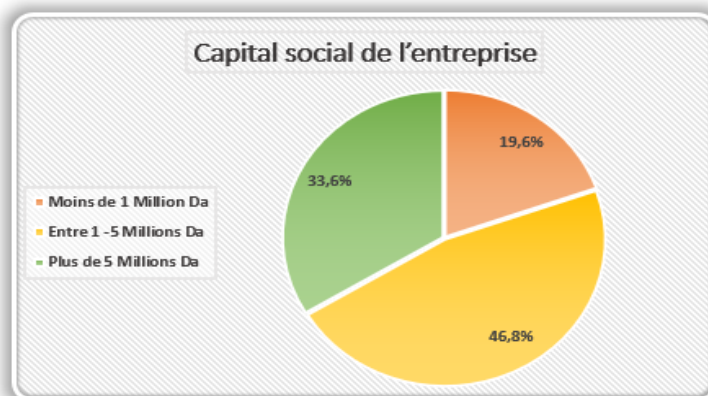
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 8 : Répartition des enquêtés selon le nombre d'employés de l'entreprise**



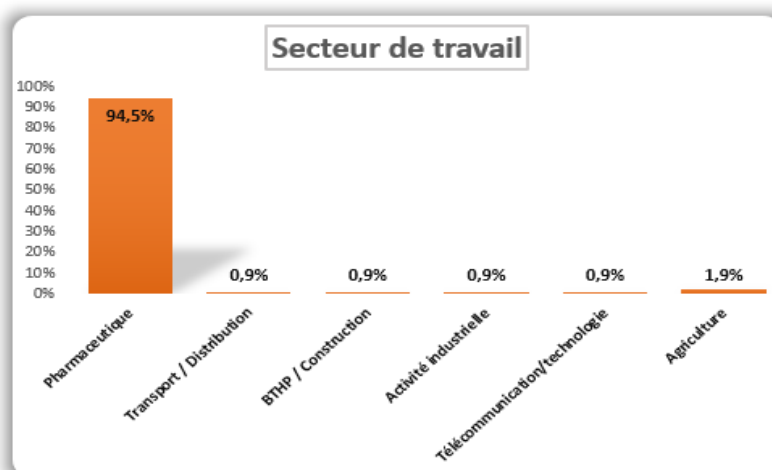
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 9 : Répartition des enquêtés selon le montant du capital social de l'entreprise**



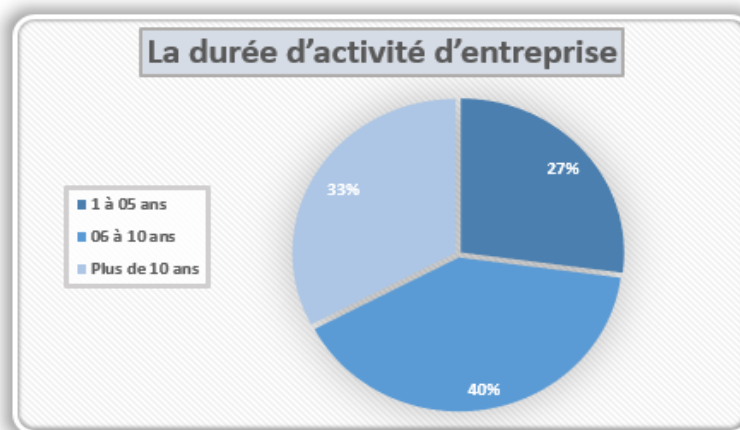
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 10 : Répartition des enquêtés selon le secteur de travail**



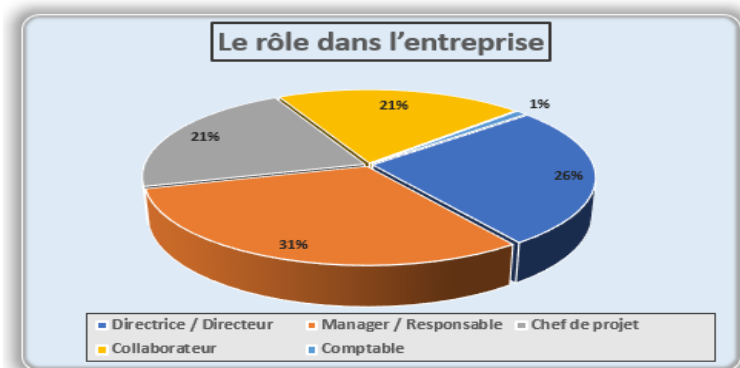
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 11 : Répartition des enquêtés selon la durée d'activité d'entreprise**



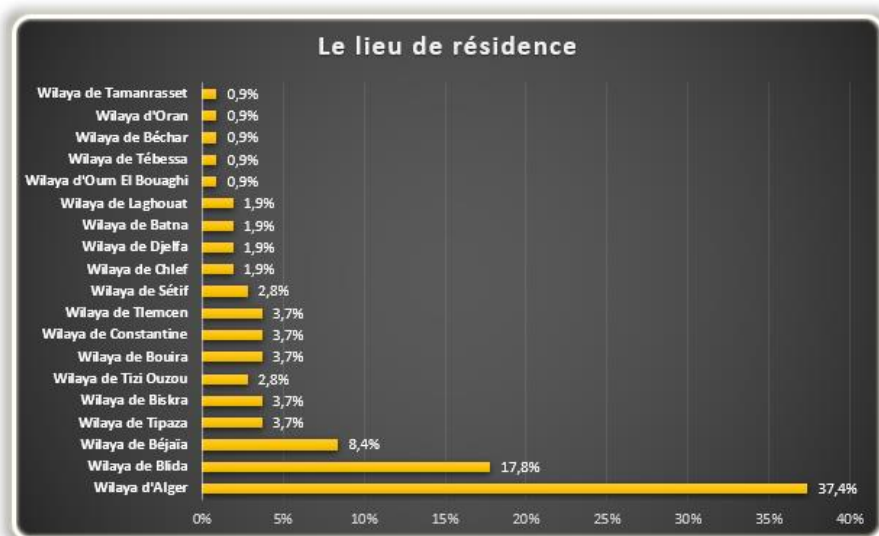
Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

**Figure 12 : Répartition des enquêtés selon leur rôle dans d'entreprise**



Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

Figure 13 : Répartition des enquêtés selon le lieu de résidence



Source : Elaboré par nous-même à partir de SPSS

### 1.1.5. L'analyse descriptive de variables d'études

- L'analyse descriptive des pratiques de la variable indépendante (la chaîne logistique)

#### 1. L'analyse descriptive du partenariat stratégique avec les fournisseurs

Tableau 12: l'analyse descriptive du partenariat stratégique avec les fournisseurs

Items	Moyenne arithmétique	L'écart type
1) Nous considérons la qualité comme notre premier critère de sélection des fournisseurs	3,97	1,185
2) Nous résolvons régulièrement des problèmes en collaboration avec nos fournisseurs	4,08	1,047
3) Nous avons aidé nos fournisseurs à améliorer la qualité de leurs produits	4,21	0,949
4) Nous avons mis en place des programmes d'amélioration continue auxquels participent nos principaux fournisseurs	4,07	1,034
5) Nous incluons nos principaux fournisseurs dans nos activités de planification et de définition des objectifs	4,08	0,972
6) Nous impliquons activement nos principaux fournisseurs dans les processus de développement de nouveaux produits	4,09	1,069
<b>Le partenariat stratégique avec les fournisseurs</b>	<b>4,08</b>	<b>0,916</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous avons établi une nouvelle variable (Compute variable) qui regroupe les six (06) items du partenariat stratégique avec les fournisseurs pour calculer la moyenne arithmétique globale et mesurer d'où vient son accord ou son désaccord.

L'analyse descriptive de cette partie révèle :

- L'item N03 "Nous avons aidé nos fournisseurs à améliorer la qualité de leurs produits" a eu la plus grande valeur de moyenne avec une valeur de (4,21) et ceci montre que les enquêtés étaient tout à fait d'accord en confirmant l'aide pour leurs fournisseurs pour l'amélioration de la qualité de leurs produits.
- D'après la valeur de la moyenne globale de (**4,08**), les enquêtés étaient d'accord d'une manière générale avec les items qui sont attribués au partenariat stratégique avec les fournisseurs.
- La valeur de l'écart type pour cette partie est de 0,916 et cette dernière révèle que les réponses des enquêtés n'étaient pas dispersées.

## 2. L'analyse descriptive de la relation client

**Tableau 13 : l'analyse descriptive de la relation client**

Items	Moyenne arithmétique	L'écart type
7) Nous interagissons fréquemment avec les clients pour qu'ils nous fixent des normes de fiabilité, de réactivité et autres	4,11	1,049
8) Nous mesurons et évaluons fréquemment la satisfaction des clients	4,09	1,005
9) Nous déterminons fréquemment les attentes des futurs clients	4,16	1,001
10) Nous facilitons la possibilité pour les clients de nous demander de l'aide	4,03	1,103
<b>La relation client</b>	<b>4,09</b>	<b>0,928</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous avons établi une nouvelle variable (Compute variable) qui regroupe les quatre (04) items de la relation client pour calculer la moyenne arithmétique globale et mesurer d'où vient son accord ou son désaccord.

L'analyse descriptive de cette partie révèle :

- L'item N09 "Nous déterminons fréquemment les attentes des futurs clients" a eu la plus grande valeur de moyenne avec une valeur de (4,16) et ceci montre que les enquêtés étaient d'accord en déterminant les attentes des futurs clients fréquemment.

- D'après la valeur de la moyenne globale de **(4,09)**, les enquêtés étaient d'accord d'une manière générale avec les items qui sont attribués à la relation client.
- La valeur de l'écart type pour cette partie est de 0,928 et cette dernière révèle que les réponses des enquêtés n'étaient pas dispersées.

### 3. L'analyse descriptive du niveau de partage d'informations

**Tableau 14 : l'analyse descriptive du niveau de partage d'informations**

Items	Moyenne arithmétique	L'écart type
11) Nous informons nos partenaires à l'avance de l'évolution de leurs besoins	4,16	1,117
12) Nos partenaires partagent avec nous des informations exclusives	4,04	1,072
13) Nos partenaires nous tiennent pleinement informés des questions qui affectent nos activités	4,16	1,038
14) Nos partenaires partagent avec nous leurs connaissances des processus commerciaux de base	4,10	1,124
15) Nos partenaires et nous-mêmes échangeons des informations qui nous aident à planifier nos activités	4,10	1,090
16) Nos partenaires et nous-mêmes nous tenons mutuellement informés des événements ou des changements susceptibles d'affecter les autres partenaires	4,15	0,989
<b>Le niveau de partage d'informations</b>	<b>4,09</b>	<b>0,928</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous avons établi une nouvelle variable (Compute variable) qui regroupe les six (06) items du niveau de partage d'informations pour calculer la moyenne arithmétique globale et mesurer d'où vient son accord ou son désaccord.

L'analyse descriptive de cette partie révèle :

- 4.16 est la moyenne identique pour l'item N11 "Nous informons nos partenaires à l'avance de l'évolution de leurs besoins et litem N13 "Nos partenaires nous tiennent pleinement informés des questions qui affectent nos activités" et ceci montre que les enquêtés étaient d'accord en informant leurs partenaires à l'avance de l'évolution de leurs besoins. Et ces derniers tiennent pleinement informés des questions qui affectent les activités d'entreprises.

- D'après la valeur de la moyenne globale de **(4,09)**, les enquêtés étaient d'accord d'une manière générale avec les items qui sont attribués au niveau de partage d'informations.
- La valeur de l'écart type pour cette partie est de 0,928 et cette dernière révèle que les réponses des enquêtés n'étaient pas dispersées.

#### 4. L'analyse descriptive de la qualité d'information partagée

**Tableau 15 : l'analyse descriptive de la qualité d'information partagée**

Items	Moyenne arithmétique	L'écart type
17) L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est opportun	4,04	1,018
18) L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est exact	3,99	1,077
19) L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est complet	4,10	1,009
20) L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est adéquat	4,07	0,964
21) L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est fiable	4,18	1,053
<b>La qualité d'information partagée</b>	<b>4,07</b>	<b>0,876</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous avons établi une nouvelle variable (Compute variable) qui regroupe les cinq (05) items dual qualité d'information partagée pour calculer la moyenne arithmétique globale et mesurer d'où vient son accord ou son désaccord.

L'analyse descriptive de cette partie révèle :

- L'item N21 "L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est fiable" a eu la plus grande valeur de moyenne avec une valeur de (4,18) et ceci montre que les enquêtés étaient d'accord en confirmant la fiabilité d'échange d'informations entre eux et leurs partenaires.
- D'après la valeur de la moyenne globale de **(4,07)**, les enquêtés étaient d'accord d'une manière générale avec les items qui sont attribués à la qualité d'information partagée.
- La valeur de l'écart type pour cette partie est de 0,876 et cette dernière révèle que les réponses des enquêtés n'étaient pas dispersées.

## 5. L'analyse descriptive de la différenciation retardée (Postponement) :

**Tableau 16 : l'analyse descriptive de la différenciation retardée (Postponement)**

Items	Moyenne arithmétique	L'écart type
22) Nos produits sont conçus pour être assemblés de manière modulaire	4,04	1,107
23) Nous retardons les activités d'assemblage des produits finis jusqu'à ce que les commandes des clients soient effectivement reçues	4,05	1,031
24) Nous retardons les activités d'assemblage du produit final jusqu'à la dernière position possible (ou la plus proche des clients) dans la chaîne logistique	4,06	0,960
<b>La différenciation retardée (Postponement)</b>	4,04	0,929

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous avons établi une nouvelle variable (Compute variable) qui regroupe les trois (03) items de la différenciation retardée (Postponement) pour calculer la moyenne arithmétique globale et mesurer d'où vient son accord ou son désaccord.

L'analyse descriptive de cette partie révèle :

- L'item N24 "Nous retardons les activités d'assemblage du produit final jusqu'à la dernière position possible (ou la plus proche des clients) dans la chaîne logistique" a eu la plus grande valeur de moyenne avec une valeur de (4,06) et ceci montre que les enquêtés étaient d'accord avec cette expression.
- D'après la valeur de la moyenne globale de (**4,04**), les enquêtés étaient d'accord d'une manière générale avec les items qui sont attribués à la différenciation retardée (Postponement).
- La valeur de l'écart type pour cette partie est de 0,929 et cette dernière révèle que les réponses des enquêtés n'étaient pas dispersées.

- L'analyse descriptive de la variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)

**Tableau 17 : l'analyse descriptive de la performance organisationnelle de l'entreprise**

Items	Moyenne arithmétique	L'écart type
25) Notre organisation a augmenté son retour sur investissement par rapport à ses concurrents	4,15	1,196
26) Notre organisation a augmenté sa part de marché par rapport à ses concurrents	4,15	0,998
27) Notre organisation a augmenté la croissance de ses ventes par rapport à ses concurrents	4,18	1,026
28) Notre organisation a augmenté sa marge bénéficiaire sur les ventes par rapport à ses concurrent	4,12	,997
29) Notre organisation a renforcé sa position concurrentielle globale sur le marché	4,09	0,986
<b>La performance organisationnelle de l'entreprise</b>	4,13	0,915

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Nous avons établi une nouvelle variable (Compute variable) qui regroupe les trois (05) items de la performance organisationnelle de l'entreprise pour calculer la moyenne arithmétique globale et mesurer d'où vient son accord ou son désaccord.

L'analyse descriptive de cette partie révèle :

- L'item N27 "Notre organisation a augmenté la croissance de ses ventes par rapport à ses concurrents" a eu la plus grande valeur de moyenne avec une valeur de (4,18) et ceci montre que les enquêtés étaient d'accord avec cette expression.
- D'après la valeur de la moyenne globale de (**4,13**), les enquêtés étaient d'accord d'une manière générale avec les items qui sont attribués à la performance organisationnelle de l'entreprise.
- La valeur de l'écart type pour cette partie est de 0,915 et cette dernière révèle que les réponses des enquêtés n'étaient pas dispersées.

### 1.1.6. Test d'hypothèses

#### 1. Hypothèse principale H1

Il existe une corrélation positive et significative entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise.

On va mesurer l'existence d'une relation positive et significative entre la variable indépendante (la chaîne logistique) et la variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise) en utilisant le test de corrélation de Pearson entre les deux variables.

**Hypothèse nulle H1<sub>0</sub>** : il n'existe pas une corrélation positive et significative entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise.

**Hypothèse alternative H1<sub>1</sub>** : il existe une corrélation positive et significative entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise

**Tableau 18 : Corrélation de Pearson entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise**

Correlation de Pearson		La chaîne logistique	La performance organisationnelle de l'entreprise
La chaîne logistique	Coefficient de Correlation Pearson	1.000	<b>0,930**</b>
	Sig.(bilatéral)	/	<b>0.000</b>
	N	107	107
La performance organisationnelle de l'entreprise	Coefficient de Correlation Pearson	<b>0,930**</b>	1.000
	Sig.(bilatéral)	<b>0.000</b>	/
	N	107	107
**. La corrélation est significative au niveau 0,01(bilatéral).			

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats observés à partir du tableau ci-dessus, soutiennent l'hypothèse H1 « il existe une corrélation positive et significative entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise » Ceci est dû au fait que la valeur de signification statistique est égale à (0.000) et elle est inférieure à 1%. ( $P < 0,01$ ). Le coefficient de corrélation calculé

(0,930) indique l'existence d'une relation très forte et positive entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise (93%).

Par conséquent, on rejette l'hypothèse nulle  $H1_0$  et on confirme l'hypothèse alternative  $H1_1$ , donc il existe une corrélation positive et significative entre la chaîne logistique et la performance organisationnelle de l'entreprise.

## **2. Hypothèse principale H2**

Il existe un impact positif et significatif de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

### **Les sous hypothèses de l'hypothèse principale H2**

**H2<sub>a</sub>** : il existe un impact positif et significatif du partenariat stratégique avec les fournisseurs sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2<sub>b</sub>** : il existe un impact positif et significatif de la relation client sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2<sub>c</sub>** : il existe un impact positif et significatif du niveau de partage d'informations sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2<sub>d</sub>** : il existe un impact positif et significatif de la qualité d'information partagée sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

**H2<sub>e</sub>** : il existe un impact positif et significatif de la différenciation retardée (Postponement) sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

On va tester les sous hypothèses de l'hypothèse principale H2 puis le test d'hypothèse principale H2.

- **Test de sous hypothèses de l'hypothèse principale H2**

Le test de régression linéaire simple est appliqué pour tester les sous hypothèses de l'hypothèse principale H2.

#### **Test de l'hypothèse H2<sub>a</sub>**

**H2<sub>a</sub>** : il existe un impact positif et significatif du partenariat stratégique avec les fournisseurs sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La régression linéaire simple pour cette hypothèse a dégagé les outputs suivants :

**Tableau 19 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2a**

Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,904	0,817	<b>0,815</b>	0,393

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Avec :**

**R** : c'est le coefficient de corrélation de Pearson

**R<sup>2</sup>** : C'est le coefficient de détermination

**R<sup>2</sup> ajusté** : C'est le coefficient de détermination ajusté

**Tableau 20 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2a**

Anova			
	Somme des carrés	Degré de liberté	Sig.
Régression	72,552	1	<b>0,000</b>
Résidus	16,281	105	/
Total	88,833	106	/

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 21 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2a**

Coefficients			
	Coefficients non standardisés	Coefficients Standardisés	Sig.
Constante ( $\beta_a$ )	0,450	/	0,011
Le partenariat stratégique avec les fournisseurs( $\beta_{1a}$ )	<b>0,903</b>	0,904	<b>0,000</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats de la régression linéaire simple du modèle (1) (Tableau 18) mettent en évidence que le partenariat stratégique avec les fournisseurs explique **fortement** la variance dans la performance organisationnelle de l'entreprise. En effet la valeur prédictive du modèle (R<sup>2</sup> ajusté) est forte avec **81,5%** (R<sup>2</sup> ajusté = **0,815**), En plus, le coefficient de régression  $\beta_{1a}$  est de (**0,903**) avec une valeur significative Sig = 0,000 (<0,05), la valeur ( $\beta_{1a} = 0,903$ )

affirme que lorsque le partenariat stratégique avec les fournisseurs est à 100% la performance organisationnelle de l'entreprise augmentent de (90,3%) .ce que est excellent. Notre hypothèse H2<sub>a</sub> est confirmée, alors on peut dire qu'il existe un impact positif et significatif du partenariat stratégique avec les fournisseurs sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire simple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

$$Y = \beta_a + \beta_{a1} * X_1$$

Avec :

**Y** : La variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)

**X<sub>1</sub>** : La variable indépendante (le partenariat stratégique avec les fournisseurs)

**β<sub>a</sub>** : La constante de l'hypothèse

**β<sub>a1</sub>** : Le coefficient de régression (le partenariat stratégique avec les fournisseurs)

**POE** : Performance Organisationnelle de l'Entreprise

**PSF** : Partenariat Stratégique avec les Fournisseurs

$$POE = 0.45 + 0.903 * PSF$$

### Test de l'hypothèse H2<sub>b</sub>

**H2<sub>b</sub>** : il existe un impact positif et significatif de la relation client sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La régression linéaire simple pour cette hypothèse a dégagé les outputs suivants :

**Tableau 22 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2<sub>b</sub>**

Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,897	0,804	<b>0,803</b>	0,406

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 23 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2b**

<b>Anova</b>			
	<b>Somme des carrés</b>	<b>Degré de liberté</b>	<b>Sig.</b>
<b>Régression</b>	71,459	1	<b>0,000</b>
<b>Résidus</b>	17,374	105	/
<b>Total</b>	88,833	106	/

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 24 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2b**

<b>Coefficients</b>			
	<b>Coefficients non standardisés</b>	<b>Coefficients standardisés</b>	<b>Sig.</b>
<b>Constante (<math>\beta_b</math>)</b>	0,516	/	0,005
<b>La relation client(<math>\beta_{1b}</math>)</b>	<b>0,884</b>	0,897	<b>0,000</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats de la régression linéaire simple du modèle (1) (Tableau 21) mettent en évidence que la relation client explique **fortement** la variance dans la performance organisationnelle de l'entreprise. En effet la valeur prédictive du modèle ( $R^2$  ajusté) est forte avec **80,3% ( $R^2$  ajusté = 0,803 )**, En plus, le coefficient de régression  $\beta_{1b}$  est de **(0,884)** avec une valeur significative Sig = 0,000 (<0,05) , la valeur ( $\beta_{1b} = 0,884$ ) affirme que lorsque la relation client est à 100% la performance organisationnelle de l'entreprise augmentent de( 88,4%) .ce que est excellent.

Notre hypothèse H2<sub>b</sub> est confirmée, alors on peut dire qu'il existe un impact positif et significatif de la relation client sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire simple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

$$Y = \beta_b + \beta_{1b} * X_2$$

Avec :

**Y** : La variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)

**X<sub>2</sub>** : La variable indépendante (la relation client)

**POE** : Performance Organisationnelle de l'Entreprise

**RS** : Relation Client

$$\text{POE} = 0.45 + 0.903 * \text{RS}$$

### Test de l'hypothèse H2c

**H2c** : il existe un impact positif et significatif du niveau de partage d'informations sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La régression linéaire simple pour cette hypothèse a dégagé les outputs suivants :

**Tableau 25 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2c**

Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,903	0,815	<b>0,813</b>	0,395

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 26 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2c**

Anova			
	Somme des carrés	Degré de liberté	Sig.
Régression	72,404	1	<b>0,000</b>
Résidus	16,429	105	/
Total	88,833	106	/

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 27 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2c**

Coefficients			
	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	Sig.
Constante ( $\beta_c$ )	0,538	/	0,002
Le niveau de partage d'informations ( $\beta_{1c}$ )	<b>0,874</b>	0,903	<b>0,000</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats de la régression linéaire simple du modèle (1) (Tableau 24) mettent en évidence que le niveau partage d'informations explique **fortement** la variance dans la performance organisationnelle de l'entreprise. En effet la valeur prédictive du modèle ( $R^2$  ajusté) est forte avec **81,3% ( $R^2$  ajusté = 0,813 )**, En plus, le coefficient de régression  $\beta_{1c}$  est de (**0,874**) avec une valeur significative Sig = 0,000 (<0,05) , la valeur ( $\beta_{1c} = 0,874$ ) affirme que lorsque le niveau de partage d'informations est à 100% la performance organisationnelle de l'entreprise augmentent de( 87,4%) .ce que est excellent.

Notre hypothèse H2c est confirmée, alors on peut dire qu'il existe un impact positif et significatif de niveau de partage d'informations sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire simple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

$$Y = \beta_c + \beta_{1c} * X_3$$

Avec :

**Y** : La variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)

**X<sub>3</sub>** : La variable indépendante (le niveau de partage d'informations)

**POE** : Performance Organisationnelle de l'Entreprise

**NPI** : Niveau de Partage d'Informations

$$POE = 0.538 + 0.874 * NPI$$

### Test de l'hypothèse H2d

**H2d** : il existe un impact positif et significatif de la qualité d'information partagée sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La régression linéaire simple pour cette hypothèse a dégagé les outputs suivants :

**Tableau 28 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2d**

Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,865	0,748	<b>0,745</b>	0,461

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 29 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2d**

<b>Anova</b>			
	<b>Somme des carrés</b>	<b>Degré de liberté</b>	<b>Sig.</b>
<b>Régression</b>	66,426	1	<b>0,000</b>
<b>Résidus</b>	22,407	105	/
<b>Total</b>	88,833	106	/

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 30 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2d**

<b>Coefficients</b>			
	<b>Coefficients non standardisés</b>	<b>Coefficients standardisés</b>	<b>Sig.</b>
<b>Constante (<math>\beta_d</math>)</b>	0,457	/	0,034
<b>La qualité d'information Partagée (<math>\beta_{1d}</math>)</b>	<b>0,903</b>	0,865	<b>0,000</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats de la régression linéaire simple du modèle (1) (Tableau 27) mettent en évidence que la qualité d'information partagée explique moyennement la variance dans la performance organisationnelle de l'entreprise. En effet la valeur prédictive du modèle ( $R^2$  ajusté) est moyenne avec **74,5%** ( $R^2$  ajusté = **0,745**), En plus, le coefficient de régression  $\beta_{1d}$  est de (**0,903**) avec une valeur significative Sig = 0,000 (<0,05), la valeur ( $\beta_{1d} = 0,903$ ) affirme que lorsque la qualité d'information partagée est à 100% la performance organisationnelle de l'entreprise augmentent de (90,3%) .ce que est excellent.

Notre hypothèse H2d est confirmée, alors on peut dire qu'il existe un impact positif et significatif de la qualité d'information partagée sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire simple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

$$Y = \beta_d + \beta_{1d} * X_4$$

Avec :

**Y** : La variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)

**X<sub>4</sub>** : La variable indépendante (la qualité d'information partagée)

**POE** : Performance Organisationnelle de l'Entreprise

**CIP** : Qualité d'Information Partagée

$$\text{POE} = 0.457 + 0.903 * \text{CIP}$$

### Test de l'hypothèse H2e

**H2e** : il existe un impact positif et significatif de la différenciation retardée (Postponement) sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La régression linéaire simple pour cette hypothèse a dégagé les outputs suivants :

**Tableau 31 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2e**

Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,820	0,672	<b>0,669</b>	0,526

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 32 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2e**

Anova			
	Somme des carrés	Degré de liberté	Sig.
Régression	59,705	1	<b>0,000</b>
Résidus	29,128	105	/
Total	88,833	106	/

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 33 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2e**

Coefficients			
	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	Sig.
Constante ( $\beta_e$ )	0,872	/	0,000
La différenciation retardée (Postponement)( $\beta_{1e}$ )	<b>0,807</b>	0,820	<b>0,000</b>

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats de la régression linéaire simple du modèle (1) (Tableau 30) mettent en évidence que la différenciation retardée (Postponement) explique moyennement la variance dans la performance organisationnelle de l'entreprise. En effet la valeur prédictive du modèle ( $R^2$  ajusté) est **moyenne** avec **66,9% ( $R^2$  ajusté = 0,669 )**, En plus, le coefficient de régression  $\beta_{1e}$  est de **(0,807)** avec une valeur significative Sig = 0,000 (<0,05) , la valeur ( $\beta_{1e} = 0,807$ ) affirme que lorsque la différenciation retardée (Postponement) est à 100% la performance organisationnelle de l'entreprise augmentent de( 80,7%) .ce que est excellent.

Notre hypothèse H2<sub>e</sub> est confirmée, alors on peut dire qu'il existe un impact positif et significatif de la différenciation retardée (Postponement) sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire simple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

$$Y = \beta_e + \beta_{1e} * X_5$$

Avec :

**Y** : La variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise)

**X<sub>5</sub>** : La variable indépendante (la différenciation retardée (Postponement))

**POE** : Performance Organisationnelle de l'Entreprise

**DR** : Différenciation Retardée (Postponement)

$$POE = 0.872 + 0.807 * DR$$

### Test de l'hypothèse principale H2

**Hypothèse principale H2** : il existe un impact positif et significatif de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

Pour tester cette hypothèse on va procéder au test de régression linéaire multiple.

La régression linéaire multiple pour cette hypothèse a dégagé les outputs suivants :

**Tableau 34 : Résumé du modèle 1 de l'hypothèse H2**

Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,932	0,868	<b>0,864</b>	0,337

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 35 : Test de signification du R2 de l'hypothèse H2**

Anova			
	Somme des carrés	Degré de liberté	Sig.
Régression	77,081	3	<b>0,000</b>
Résidus	11,742	103	/
Total	88,833	106	/

Source : élaborés par nous à partir des résultats spss

**Tableau 36 : Coefficients de régression de l'hypothèse H2**

Coefficients				
	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	Sig.	Signification
Constante ( $\beta_0$ )	0,250	/	/	
Le partenariat stratégique avec les fournisseurs ( $\beta_1$ )	<b>0,359</b>	0,360	<b>0,000</b>	Significatif (<0,05)
La relation client ( $\beta_2$ )	<b>0,294</b>	0,299	<b>0,002</b>	Significatif (<0,05)
Le niveau de partage d'informations ( $\beta_3$ )	<b>0,295</b>	0,304	<b>0,003</b>	Significatif (<0,05)

Source : Elaborés par nous à partir des résultats spss

Les résultats de la régression linéaire multiple du modèle (1) (Tableau 33) mettent en évidence que la chaîne logistique avec ces pratiques réunissent (le partenariat stratégique avec les fournisseurs, la relation client et le niveau de partage d'informations) explique

**fortement** la variance dans performance organisationnelle de l'entreprise .En effet la valeur prédictive du modèle( $R^2$  ajusté) est forte avec (**86,4%**) ( $R^2$  ajusté = **0,864** ), On remarquons aussi qu'il a une **forte** corrélation de (93,2 %) entre les deux variables ,En plus la régression linéaire multiple est significatif (Sig = 0.000 / 0.002 / 0.003 (<0,05) ) pour les pratiques (le partenariat stratégique avec les fournisseurs , la relation client , le niveau de partage d'informations )

On peut dire qu'il existe un impact positif et significatif de la chaine logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire multiple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

On peut dire qu'il existe un impact positif et significatif de la chaine logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

La forme générale du modèle de la régression linéaire multiple pour cette hypothèse en utilisant les coefficients non standardisés se présente comme suit :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Avec :

**Y** : La variable dépendante (la performance organisationnelle de l'entreprise) (POE)

**X<sub>1</sub>** : La variable indépendante 1 (Partenariat stratégique avec les fournisseurs) (PSF)

**X<sub>2</sub>** : La variable indépendante 2 (Relation client) (RC)

**X<sub>3</sub>** : La variable indépendante 3 (Niveau de partage d'informations) (NPI)

**$\beta_0$**  : La constante de l'hypothèse

**$\beta_1$**  : Le coefficient de régression (Partenariat stratégique avec les fournisseurs)

**$\beta_2$**  : Le coefficient de régression (Relation client)

**$\beta_3$**  : Le coefficient de régression (Niveau de partage d'informations)

Donc l'équation de la régression linéaire multiple pour cette hypothèse est comme suit :

$$POF = 0.250 + (0.359 * PSF) + (0.294 * RC) + (0.295 * NPI)$$

## 1.2. Résultats de l'analyse qualitative

Dans ce titre, nous présentons les tests effectués sur les données récolter à travers le guide d'entretien en fournissons des commentaires sur les résultats obtenus.

### 1.2.1. Déroulement des entretiens

Dans le but d'approfondir les résultats de l'étude quantitative, nous avons entrepris une étude qualitative basée sur des entretiens semi-directifs avec des experts en logistique. Nous avons mené des entretiens semi-directifs avec quatre (4) professionnels ayant des profils différents. Sept (7) questions leur ont été posées, et la durée moyenne de chaque entretien a été d'environ trente (30) minutes.

### 1.2.2. Profils des personnes interviewés

Quatre (4) personnes ont été interviewées, chacune ayant un profil différent. Elles possèdent toutes plusieurs années d'expérience dans le domaine de la logistique. Le tableau ce dessous récapitule le profil des personnes interviewées. Afin de préserver l'anonymat des réponses, des initiales ont été attribuées à chaque personne interrogée.

**Tableau 37 : Profil des interviewés**

Initiales des Interviewés	Profession	Nombre d'années D'expérience
O. B	Manager Supply Chain	15
B. I	Analyste performance	11
K. A	Directeur des opérations	20
H.M	Sous-directeur logistique	9

Source : élaboré par nous même avec NVIVO

### 1.2.3. Analyse et interprétation des données qualitatives

Une fois les entretiens transcrits, nous commençons par effectuer une analyse thématique des réponses de nos interviewés en utilisant le logiciel NVIVO.





Grâce à l'analyse descriptive, nous avons pu recueillir des informations générales sur les profils des répondants ainsi que sur les entreprises incluses dans notre échantillon. Il convient de noter que notre échantillon est principalement composé d'entreprises du secteur primaire, plus précisément du secteur pharmaceutique. Ces résultats nous permettent d'avoir une vision d'ensemble des caractéristiques des entreprises étudiées et de mieux cerner le contexte dans lequel notre recherche s'inscrit.

Les entreprises de notre échantillon se caractérisent majoritairement par leur ancienneté, avec près de 53,3% d'entre elles ayant plus de dix (10) ans d'existence et 31,7% ayant plus de quinze (15) ans d'existence. Ces entreprises sont principalement de taille moyenne à grande, comptant plus de 150 employés. En ce qui concerne leur nature juridique, notre échantillon se compose de 43% d'entreprises privées et de 57% d'entreprises publiques et mixtes. Une observation intéressante issue de cette analyse est la corrélation positive entre la taille de l'entreprise et son ancienneté. Cela suggère que les entreprises plus grandes ont tendance à avoir une plus longue histoire et expérience dans le domaine.

Les répondants à notre questionnaire sont majoritairement des hommes, représentant 56,1% de l'échantillon, tandis que les femmes représentent 43,9%. Ils ont une expérience professionnelle de plus de 10 ans dans leur domaine d'activité. Dans notre échantillon, nous constatons une prédominance de cadres supérieurs, de managers et de responsables. Ces profils se distinguent par leur niveau de responsabilité et sont susceptibles d'avoir une influence significative sur la performance de l'organisation.

Il est effectivement essentiel de prendre en compte la position des répondants dans l'interprétation des résultats et des perceptions exprimées dans le questionnaire. (Fisher, 1997) A souligné l'importance de cette considération dans sa recherche, mettant en évidence la nécessité de cibler avec précision la population étudiée afin d'obtenir des résultats fiables et pertinents. En tenant compte de la position des répondants, il est possible de mieux comprendre comment celle-ci peut influencer leurs réponses et leurs perspectives sur le sujet étudié.

Notre étude a abouti à des résultats significatifs à partir de l'analyse des données, tant quantitatives que qualitatives. Et après avoir effectué un test de corrélation et soumis nos hypothèses à un test de régression linéaire simple et multiple, nous pouvons confirmer la validité de toutes nos hypothèses.

Dans cette logique, l'étude a révélé que les relations avec les clients avaient une influence positive et significative sur les performances de l'organisation. Ce résultat a été confirmé par l'étude précédente de (Al-Weshah, Al-Manasrah, & Al-Qatawneh, 2019) en démontrant que l'amélioration et l'augmentation de la relation avec les clients avait un impact significatif sur les performances organisationnelles. Ce résultat a été obtenu parce que les employés sélectionnés dans cette étude étaient fortement corrélés avec les clients et qu'ils pourraient avoir un processus de communication approprié afin d'améliorer la relation, ce qui a finalement contribué à affecter les performances. En outre, le résultat actuel pourrait être décrit comme suit : lorsque les clients bénéficient de services et de produits fiables, ils sont très satisfaits. De même, les clients peuvent se sentir un peu satisfaits du développement opportun des produits et de certaines innovations dans ces produits et, surtout, ils reçoivent un retour d'information de la part de la chaîne d'approvisionnement, ce qui contribue à renforcer cette relation et, par conséquent, à améliorer l'aspect de la performance organisationnelle.

L'étude a également montré que le fait de partager des informations avait un impact positif et significatif sur les performances de l'organisation. Une recherche antérieure réalisée par (Marinagi, Trivellas, & Reklitis, 2015) a également confirmé que le partage d'informations à un niveau élevé avait un effet important sur les performances organisationnelles. Ainsi, lorsque les partenaires de la chaîne d'approvisionnement échangent davantage d'informations, cela conduit à une amélioration des performances globales de l'organisation. De plus, les partenaires qui disposent d'informations supplémentaires dans leurs différents processus, tels que les clients, les fournisseurs et les informations partagées en interne, sont en mesure d'accroître leur efficacité dans l'exécution de leurs tâches. Cela les aide donc à améliorer leurs performances organisationnelles

En outre, l'étude a révélé que la qualité du partage de l'information avait également une influence positive et significative sur la performance organisationnelle. Ce résultat a été corroboré par l'étude précédente de (Khan & Siddiqui, *Information sharing and strategic supplier partnership in supply chain management: A study on pharmaceutical companies of pakistan.*, 2018), qui indiquait qu'une augmentation de la qualité du partage de l'information augmentait fortement la performance organisationnelle. Ainsi, La principale raison pour laquelle le partage d'informations à un impact positif sur la performance organisationnelle est que c'est un aspect important et essentiel. Cependant, ce qui compte le plus, c'est le partage d'informations de qualité, dans lequel les participants sont fortement impliqués en

partageant des informations sur différents aspects de la chaîne logistique. Cela contribue à améliorer les performances globales de l'organisation. De plus, lorsque les employés sont impliqués dans le partage d'informations de qualité avec d'autres partenaires, cela crée une atmosphère de confiance entre eux et ce dernier est essentiel pour que les partenaires réussissent dans leurs processus, ce qui finalement conduit à une amélioration des performances de l'organisation.

De plus, l'étude a révélé que les partenariats stratégiques avec les fournisseurs influencent positivement et significativement la performance organisationnelle. Les études antérieures menées par (Babbie , 1998) et (Khan & Siddiqui, [Information sharing and strategic supplier partnership in supply chain management: A study on pharmaceutical companies of pakistan., 2018](#)) ont confirmé ce résultat, montrant que les participants de cette étude avaient un impact positif sur le partenariat avec les fournisseurs et améliorent la performance organisationnelle. Cela s'explique par le fait qu'une chaîne logistique ayant un partenariat solide avec ses fournisseurs signifie que les deux parties ont un objectif commun, ce qui améliore leurs performances. Les fournisseurs et les fabricants travaillent ensemble en gérant efficacement les tâches et les détails du système de gestion. Cela les aide à développer les produits dans les délais et avec une grande efficacité, ce qui finalement améliore leurs performances organisationnelles.

Néanmoins, les résultats de l'étude ont également mis en évidence l'impact positif et significatif de la différenciation retardée (Postponement) sur la performance organisationnelle, ce qui diffère des conclusions des études antérieures citées par (Shivalingam & Rajamma, 2020) et (Agus, 2015). Ces recherches suggèrent que la différenciation retardée avait une influence positive mais non significative sur la performance organisationnelle. Selon notre étude, une augmentation de la différenciation retardée a un effet sur la performance organisationnelle. Cependant, la principale raison de ce résultat réside dans le concept fondamental de la différenciation retardée, qui consiste à ne pas interrompre le développement au sein de la chaîne d'approvisionnement. Par conséquent, cette continuité a un impact sur la performance.

Cependant l'étude qualitative a permis d'explorer en profondeur les résultats de l'étude quantitative et de mettre en évidence l'impact et l'influence des pratiques de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle. Les entretiens ont révélé plusieurs impacts et influences significatifs, notamment :

- Réputation et image de marque améliorées ;
- Feedback précieux ;
- Prise de décision améliorée ;
- Renforcement de la transparence et de la confiance ;
- Amélioration de la planification et de l'exécution ;
- Innovation et différenciation concurrentielle.

## **Conclusion**

Dans ce troisième chapitre, nous avons présenté les résultats quantitatifs et qualitatifs obtenus. Les résultats quantitatifs ont offert une perspective chiffrée des éléments étudiés, tandis que les résultats qualitatifs ont renforcé ces constatations. Et enfin La discussion qui a suivi nous a permis d'interpréter et de discuter ces résultats de manière approfondie.

# **CONCLUSION**

Les résultats de cette étude mettent en évidence l'importance cruciale de la chaîne logistique dans la performance organisationnelle des entreprises pharmaceutiques. En examinant plusieurs variables clés, telles que le partenariat stratégique avec les fournisseurs, la relation avec les clients, le niveau de partage d'informations, la qualité de l'information partagée et la différenciation retardée, nous avons pu évaluer la relation entre ces facteurs et les performances globales de l'organisation.

L'approche quantitative adoptée dans cette étude, complétée par des éléments qualitatifs, a permis d'obtenir une vue d'ensemble complète de l'influence de la chaîne logistique sur les performances organisationnelles. Les données recueillies auprès de professionnels travaillant dans la chaîne d'approvisionnement des entreprises pharmaceutiques ont été soigneusement analysées à l'aide d'une analyse de régression.

Les résultats ont clairement démontré que toutes les pratiques de la chaîne logistique ont un impact positif et significatif sur la performance organisationnelle des entreprises pharmaceutiques. En renforçant le partenariat stratégique avec les fournisseurs, les entreprises peuvent améliorer leur efficacité opérationnelle, leur flexibilité et leur capacité d'innovation. De plus, une relation solide avec les clients favorise la satisfaction client, la fidélité et l'acquisition de nouvelles opportunités commerciales.

Le partage adéquat d'informations tout au long de la chaîne logistique permet une meilleure coordination des activités et une prise de décision plus éclairée. Lorsque les informations sont partagées de manière transparente et en temps opportun, les entreprises pharmaceutiques peuvent réduire les retards, les erreurs et les coûts, tout en optimisant les niveaux de stock et en répondant efficacement à la demande du marché.

En outre, la différenciation retardée, qui consiste à différer la personnalisation finale des produits pharmaceutiques jusqu'à la dernière étape de la chaîne logistique, permet aux entreprises de réduire les coûts de production, d'améliorer l'efficacité et de répondre rapidement aux exigences spécifiques des clients.

En conclusion, cette étude souligne l'importance de développer et de gérer efficacement la chaîne logistique dans le secteur pharmaceutique. Les entreprises qui accordent une attention particulière aux pratiques de la chaîne logistique peuvent bénéficier d'une amélioration significative de leur performance organisationnelle, ce qui se traduit par une meilleure compétitivité, une rentabilité accrue et une satisfaction accrue des parties prenantes. Il est donc essentiel pour les entreprises pharmaceutiques de continuer à investir dans le

développement et l'optimisation de leur chaîne logistique pour rester compétitives sur le marché dynamique d'aujourd'hui.

# **BIBLIOGRAPHIE**

## Bibliographie

- ACHOLI, M. (2021, Juillet). LA DÉMARCHE DE CONCEPTION D'UN RÉFÉRENTIEL DE MESURE DE LA PERFORMANCE LOGISTIQUE: CAS DU TRANSPORT DE MATIÈRES DANGEREUSES AU MAROC. *Revue D'Études en Management et Finance D'Organisation*(N°13), pp. 1-16.  
Consulté le 18 février, 2023
- Bouquin, H. (2008, février 27). *le contrôle de gestion*. (PUF, Éd.)
- ESTAMPE, D. (2000). *World Class Supply Chain Management 2000 : la performance des entreprises du secteur électronique, informatique et télécommunications, Logistique & Management*.
- Lalonde, C., & Chandler, M. (1994). Théories folkloriques de l'esprit et de soi: une étude interculturelle du suicide dans les groupes autochtones et non autochtones. *A. Marchetti & O. Sempio (Eds.), Le développement des théories de l'esprit et la construction des capacités cognitives*, pp. 80-102.
- LE MOIGNE, J.-L. (1977). *la théorie du système général théorie de la modélisation* (éd. 4e). Paris: PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE.
- TEIL, A. (2011). Défi de la performance et vision partagée des acteurs : application à la gestion hospitalière. *HAL ARCHIVES*.
- Agus, A. (2015). Supply chain management: The influence of scm on production performance and product quality. *Organization*, 12(17), 18.
- Alaoui, M. (s.d.). *Communication marketing, culture et performances des entreprises marocaines*. p. 8.
- Alsharideh, M., Barveen, A., Aloubt, f., Obeidat, B., Hamadneh, S., & Alaa, A. (2022, août 18). The influence of supply chain partners' integrations on organizational performance: The moderating role of trust.
- Al-Weshah, G., Al-Manasrah, E., & Al-Qatawneh, M. (2019). Customer relationship management systems and organizational performance: Quantitative evidence from the Jordanian telecommunication industry. *Journal of Marketing Communications*, 25(8), 799-819.
- Anderson, H., Aronsson, & Storhagen, N. (1989). Measuring Logistics Performance. *Engineering Costs and Production Economics*, 17, pp. 253-262.
- Anthony, R. (1988). *The management control function*. *harvard business school press*, p. 70.
- Babbie, J. (1998). *The practice of social research*. 112.
- Baita, K. E., & Ifono, M. (2021, Décembre 6). Impact de la fonction logistique sur la performance d'une entreprise : Cas du Groupe SAMGBM. p. 27.
- Beamon, B. (1998). Supply chain design and analysis: models and methods. *International Journal of Production Economics*, 55(3), 281-94.
- Ben El Arbi SABBAR. (2015, août 04). *management des entreprises*. (E. Ellipses, Éd.)

- Berrah, I. (2015, Mai 21). La quantification de la performance dans les entreprises manufacturières : de la déclaration des objectifs à la définition des systèmes d'indicateurs. pp. 41-50. Récupéré sur <https://hal.science/tel-01154349>
- bitton, m. (1990). *ECOGRAI: méthode de conception et d'implantation de systèmes de mesure de performances pour organisations industrielles*. lille, lille, france.
- Blessing, L., & Chakrabarti. (2009). *DrM, a design research methodology* : Springer Science & Business Media.
- bonnefous, a., & chantal, m. (2001, juillet 21). indicateur de performance. (H. Lavoisier, Éd.) pp. 45-60.
- Brulhart, F., & Moncef, B. (2015, Decembre 8). L'impact des pratiques de SCM sur la performance de l'entreprise: une étude empirique dans le contexte. *HAL open science*, 13(1), p. 27.
- Burlat, P., & Boucher, X. (2000). Pilotage distribué des groupements d'entreprises : modélisation et perspectives, Rapport d'Activité., *Ecole Nationale des Mines de Saint-Etienne* .
- Carbonara, N., & Pellegrino, R. (2018). Real options approach to evaluate postponement as supply chain disruptions mitigation strategy. *International Journal of Production Research*, 56(15), 5249-5271.
- chakravarthy , b. (1986). measuring strategic performance. *strategic management journal*, 7, pp. 437-458.
- Chen, I., & Paulraj, A. (2004). Towards a Theory of Supply Chain Management:. *Journal of Operation Management*, 22(2), 119-150.
- Chileshe, M. J., & Phiri, J. (2022, Mars). The Impact of Supply Chain Management Practices on Performance of Small and Medium Enterprises in Developing Countries: A Case of Agro-Dealers in Zambia. *Open Journal of Business and Management*, 10(2).
- Chopra, & Meindl. (2021). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation*. Pearson.
- Chow, W. S., Madu, C. N., Kuei, C.-H., Lin, C., & Tseng, H. (2008). Supply chain management in the US and Taiwan: An empirical study. *Omega*, 36(5), 665-697.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management– Strategies for reducing cost and improving service*. p. 15.
- DAANOUNE, R., & AIT LHASSAN, I. (2018). Impact des pratiques et des compétences de la chaîne logistique sur la performance de l'entreprise : Une étude exploratoire. *revue marocaine de management*(3).
- Dong, B., Tang, W., & Zhou, C. (2019). Managerial flexibility strategies under supply and demand risks: Quantity postponement vs. Price postponement. *International Journal of Machine Learning and Cybernetics*, 10(7), 1747-1763.
- Eccles, r. (1992). *the performance measurement manifesto*.
- EL-Mashari, M., & Zairi, M. (2000). Supply-chain re-engineering using enterprise resource planning (ERP) systems: an analysis of a SAP R/3 implementation case. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 30(3), pp. 296-313.

- EPSTEIN, M., & MANZONI, J.-F. (1998, decembre 14). Mise en place de la stratégie d'entreprise : Des Tableaux de Bord aux Balanced Scorecards. pp. 50-70.
- Fauver, L., Loureiro, G., & Taboada, A. (2017). The impact of regulation on information quality and performance around seasoned equity offerings: International evidence. *Journal of Corporate Finance*, 73-98.
- Fauziah, S., Rahardjo, K., & Utami, H. (2019). The effect of strategic supplier partnership and customer relationship on supply chain integration and business performance (study of red onion farmers in east java). *WACANA, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 22(1).
- Féniès, p., & Gourgand, M. (2006). La mesure de la performance industrielle : application.
- fisher, j. (1992). use of nonfinancial performance measures. *journal of cost management*, 6(1), 31-38.
- Fisher, M. (1997). What is the right supplychain for your product?. *Harvard Business Review*, 75(2), 105-16.
- Franck, B., & Btissam, M. (2015, decembre 8). L'impact des pratiques de SCM sur la performance de l'entreprise: une étude empirique dans le contexte francais .
- Ganesh Kumar, C., & Nambirajan, T. (2013). Supply Chain Management Components, Supply Chain Performance and Organizational Performance: A Critical Review et Development of Conceptual Model. *International Journal on Global Business*.
- Génin, P. (2003). Planification tactique robuste avec usage d'un A.P.S – Proposition d'un mode de gestion par plan de référence, Thèse de doctorat de l'Ecole des Mines de Paris. Paris.
- Gharakhani, D., Mavi, R., & Hamidi, N. (2012). Impact of supply chain management practices on innovation and organizational performance in iranian companies. *African Journal of Business Management*, 6(19), 5939-5949.
- Haislip, J., & Richardson, V. (2017). (2017). The effect of customer relationship management systems on firm performance. *Int. J. Accounting Inf. Systems*, 16-29.
- Handfield, R., & Nichols, E. (1999). Introduction to Supply Chain Management. (4. édition, Éd.)
- harrington, j. (1991). busniess process improvement : the breakthrough strategy for total quality, productivity, and competitiveness.
- Hartmur, S., & Christoph, K. (2000). Supply Chain Management and Advanced Planning. p. 505.
- HJYUFF, NHV, & B HKGF. (2009). BT JGFC GFYMVUURD FCYD.
- Holsapple, C. W., & Lee-postAnita. (2010). Defining supply chain management: A historical perspective and practical guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 110(5), pp. 611-612.
- howell, r., brown, j., soucy, s., & seed, a. (1987). management accounting in the new manufacturing environment, étude conjointe de la national association of accountants et de computer aided manufacturing - international.
- Hussain, Z., Jusoh, A., Sarfraz, M., & Wahla, K. (2018). Uncovering the relationship of supply chain management and firm performance: Evidence from textile sector of pakistan. *Information Management and Business Review*, 10(2), 23-29.

- Inda, S., Abu Bakar, H., Rohaizat, B., & Rosman, M. Y. (2012). The Study of Supply Chain Management Strategy. *The 2012 International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management*, 225 – 233.
- Issor, z. (2017). la performance de l'entreprise :un concept complexe aux multiples dimensions. (d. b. supérieur, Éd.) 2(17), pp. 93-103.
- Jacob, D., Fudzee, M., Salamat, M., Kasim, S., Mahdin, H., & Ramli, A. (2017). Modelling end-user of electronic-government service: The role of information quality, system quality and trust. *Paper presented at the IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*.
- JOUENNE, T. (2012). Supply Chain Meter, Indicateurs de performance Tableau de bord,. *CFPIM*.
- Jutamat , J., Watcharin , J., & Kittisak , J. (2019, aout). Gestion de la chaîne d'approvisionnement et performance organisationnelle : explorer le marketing vert comme médiateur.
- kaplan, r. (1984). Yesterday's accounting undermines production. *harvard business review*, 62(4), pp. 95-101.
- Kaplan, R., & Norton , D. (1992). The Balanced Scorecard, Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*(7-8), pp. 71-79.
- keegan, d., eiler, r., & jones, c. (1989, juin). are your performance measures obsolete. *management accounting*, 71, pp. 45-55.
- Ketchen, & Hult. (2019). Bridging organization theory and supply chain management: The case of resource dependence theory. *Journal of Supply Chain Management*, 3-17.
- Khan, A., & Siddiqui, D. (2018). Information sharing and strategic supplier partnership in supply chain management: A study on pharmaceutical companies of pakistan. *Asian Business Review*, 8(3), 117-124.
- Konaté, M., & Sidibé, A. (2006). Extraits de Guides pour la Recherche Qualitative. CAREF.
- Kothari, C. (2004). Research methodology : Methodes et techniques : New Age International.
- Kumar, S., & Phrommathed, P. (2005). Research methodology: Springer.
- Li, S., Rao, S., Ragu-Nathan, T., & Ragu-Nathan, B. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), pp. 107-124.
- Liu, Chen, Hu, & Wang. (2021). Supply chain coordination with information updating under carbon cap-and-trade policies. *European Journal of Operational Research*, 252-264.
- Liu, Y., Gao, S., Zhou, Y., & Shi, Y. (2013). Supply chain management and firm performance in China: An empirical research. *Intrnational Journal of Business Management*, 8(15), pp. 23-32.
- Lorino, P. (2011, mai 17). Le Balanced Scorecard revisité : dynamique stratégique et pilotage de performance, exemple d'une entreprise énergétique ". *Association Francophone de Comptabilité*.
- Lynch , r., Cross, k., Ernst , & Whinney . (1987). corporte profitability logistics : innovative guidelines for executives.

- Maisel, I. (1992). performance measurement : The balanced scorecard approach. *journal of cost management*, 6(22), 47-52.
- March, J. G., & Sutton, R. I. (1997). Organizational Performance as a Dependent Variable. *Economics at your fingertips* , 8, pp. 698-706.
- Marinagi, C., Trivellas, P., & Reklitis, P. (2015). Information quality and supply chain performance: The mediating role of information sharing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 473-479.
- McKnight, D., Lankton, N., Nicolaou, A., & Price, J. (2017). Distinguishing the effects of b2b information quality, system quality, and service outcome quality on trust and distrust. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(2), 118-141.
- Menachoff, D., & Son, B. (2003). The truth about collaboration, Chief Logistics officer. *PentonMedia*, 6-12.
- mentzer, j., & konrad, b. (1988). An efficiency/Efficiency approach to logistics performance analysis. *journal of business logistics* , 12(1), 33-62.
- Min, S., & Mentzer, J. (2004). Developing and Measuring Supply Chain Management Concepts. *Journal Of Business Logistics*, 25(A), 63-99.
- Nawaz, W. (2020, janvier). THE IMPACT OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF TEXTILE INDUSTRY. pp. 1-66.  
doi:10.13140/RG.2.2.29577.06244/1
- Neely, A., Adams, C., & Kennerley, M. (2002). The Performance Prism: The Scorecard for Measuring. *Cranfield School of Management*, p. 377.
- OUBAOUZINE, L. (2019, septembre). LA CONTRIBUTION D'UNE LOGISTIQUE PERFORMANTE A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE. pp. 1-15.
- Pompei, C. (2010). Accompagner la performance des managers.
- Rached, M., Bahroun, Z., & Campagne, J. (2015). Assessing the value of information sharing and its impact on the performance of the various partners in supply chains. *Computers & Industrial Engineering*, 237-253.
- Sagawa, J., & Nagano, M. (2015). Integration, uncertainty, information quality, and performance: A review of empirical research. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 299-306.
- SAULPIC, O., GIRAUD, F., ZARLOWSKI, P., LORAIN, M., & MORALES, J. (2011). Les fondamentaux du contrôle de gestion: Principes et outil. *Pearson*.
- Sedyaningrum, M., Prasetya, A., & Mawardi, M. (s.d.). The effect of strategic supplier partnership on supply chain integration, supply chain performance and farmers performance. . *WAANA Jurnal Sosial dan Humaniora*, 22(1).
- Seuring, & Müller. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of cleaner production*, 1699-1710.
- Sharma, M. K., & Bhagwat, R. (2007, April 12). Performance measurement of supply chain management: A balanced scorecard approach. *ScienceDirect*, p. 20.

- Shin, H., Collier, D. A., & Wilson, D. D. (2000). Supply Management Orientation and Supplier/Buyer Performance. *Journal of Operations Management*, 18(3), 317-333.
- Shivalingam, & Rajamma, V. S. (2020, Mai). Impact of Supply Chain Management Practices on the Overall Performance of the Organization. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9, p. 5.
- Simão, L., Gonçalves, M., & Rodriguez, C. (2016). An approach to assess logistics and ecological supply chain performance using postponement strategies., 63,. *Ecological indicators*, 398-408.
- sogbossi bocco, b. (2010). Perception de la notion de performance par les dirigeants de petites entreprises en Afrique. 1(241), pp. 117-124.
- Stock, & Boyer. (2021). Developing a customer-focused supply chain. *Journal of Business Logistics*. pp. 185-198.
- Tan, K. K., Lyman, S., & Wisner, J. (2002). Supply Chain Management: A Strategic Perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 614-613.
- Tzokas, N., Kim, Y., Akbar, H., & Al-Dajani, H. (2015). Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech smes. *Industrial Marketing Management*(47), pp. 34-142.
- Van Hoek, R. (1998). . Measuring the unmeasurable—measuring improving performance in the supplychain. 3(4), 187–92.
- Wafula, E., & George, O. (2015). Effects of strategic supplier partnership on firm performance in the energy sector: A case study of kenya pipeline . *company limited*.
- Waller, M., Dabholkar, P., & Gentry, J. (2000). postponement, product customization, and market-oriented supplychain. *Journal of Business Logistics*, 21(2), 133–59.
- Wang, C., Li, H., & Barnes, S. J. (2016). Exploring the impact of advanced supply chain management practices on corporate performance. *International Journal of Production Economics*, pp. 42-50.
- Wang, Z., & Kim, H. (2017). Can social media marketing improve customer relationship capabilities and firm performance? Dynamic capability perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 15-26.
- Wisner , J. (2003). A Structural Equation Model of Supply Chain Management. *Journal of Business Logistics*, 24(1), pp. 1-26.
- Yassen, S., Al-Salti, Z., Tarhini, A., & Al-Adwan, A. (2018). The impact of supply chain management practices on the performance of Jordanian manufacturing companies. *Journal of Enterprise Information Management*, 31(4), pp. 577-597.
- Zhou, H., & Benton W.C., W. (2007). Supply Chain Practice and Information Sharing. *Journal of Operations Management*,, 25(6), 1348-1365.

# **ANNEXES**

**ANNEXE 01 :**  
**QUESTIONNAIRE**

Bonjour, on est deux étudiantes de l'Ecole Nationale Supérieure de Management (ENSM)

Située à Kolea. Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études académiques, nous réalisons

Une étude sur l'apport de la chaîne logistique à la performance organisationnelle.

Nous cherchons à obtenir une diversité d'avis et d'opinions, il n'y a donc ni bonnes ni

Mauvaises Réponses, nous vous encourageons à répondre le plus spontanément possible. On

Tient à préciser que toutes les réponses sont confidentielles.

Merci.

### **Section 1 : Informations générales**

1. Etes-vous

Homme

Femme

2. Votre Âge

25 à 34 ans

35 à 44 ans

45 à 54 ans

De 55 ans et plus

3. le statut juridique de votre entreprise

SARL (Société à Responsabilité Limitée)

EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée)

SPA (Société Par Action)

SNC (Société en Nom Collectif)

EPIC (Establishment Public à Caractère Industriel)

Autre....

4. Quelle est la nature juridique de votre entreprise ? \*

- Public
- Privé
- Mixte
- Autre ...

5. Le lieu de résidence

6. Quelle est la taille de votre entreprise (nombre d'employés) ?

- Petite
- Moyenne
- Grande

7. Quel est le nombre d'employés dans votre entreprise ?

- Moins de 50 employés
- Entre 51 et 100 employés
- Plus de 100 employés

8. Quel est le montant du capital social de votre entreprise ?

- Moins de 1.000.000 DA
- Entre 1.000.000 DA et 5.000.000 DA
- Plus de 5.000.000 DA

9. Depuis combien de temps votre entreprise est-elle en activité ?

- 1 à 5 ans
- 6 à 10 ans
- De 10 ans et plus

## 10. Quel est votre rôle dans l'entreprise ?

- Directrice / Directeur
- Manager / Responsable
- Chef de projet
- Collaborateur
- Autre...

### Section 2 : Pratiques de la chaîne logistique

En ce qui concerne la pratique de la CL, cela reflète exactement la situation actuelle de votre entreprise. Veuillez entourer les cases appropriées pour indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou non avec chaque affirmation. Les échelles sont des échelles de type Likert à cinq points avec. 1 = pas du tout d'accord, 2 = pas d'accord, 3 = neutre, 4 = d'accord, 5 = tout à fait d'accord.

Partenariat stratégique avec les fournisseurs	1	2	3	4	5
Nous considérons la qualité comme notre premier critère de sélection des fournisseurs					
Nous résolvons régulièrement des problèmes en collaboration avec nos fournisseurs.					
Nous avons aidé nos fournisseurs à améliorer la qualité de leurs produits.					
Nous avons mis en place des programmes d'amélioration continue auxquels participent nos principaux fournisseurs.					
Nous incluons nos principaux fournisseurs dans nos activités de planification et de définition des objectifs.					
Nous impliquons activement nos principaux fournisseurs dans les processus de développement de nouveaux produits.					
<b>Relation client</b>	1	2	3	4	5
Nous interagissons fréquemment avec les clients pour qu'ils nous fixent des normes de fiabilité, de réactivité et autres.					
Nous mesurons et évaluons fréquemment la satisfaction des clients.					
Nous déterminons fréquemment les attentes des futurs clients.					

Nous facilitons la possibilité pour les clients de nous demander de l'aide.					
<b>Niveau de partage d'informations</b>	1	2	3	4	5
Nous informons nos partenaires à l'avance de l'évolution de leurs besoins.					
Nos partenaires partagent avec nous des informations exclusives.					
Nos partenaires nous tiennent pleinement informés des questions qui affectent nos activités.					
Nos partenaires partagent avec nous leurs connaissances des processus commerciaux de base.					
Nos partenaires et nous-mêmes échangeons des informations qui nous aident à planifier nos activités.					
Nos partenaires et nous-mêmes nous tenons mutuellement informés des événements ou des changements susceptibles d'affecter les autres partenaires.					
<b>La qualité d'information partagée</b>	1	2	3	4	5
L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est opportun.					
L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est exact.					
L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est complet.					
L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est adéquat.					
L'échange d'informations entre nos partenaires et nous est fiable.					
<b>Différenciation retardée ( Postponement )</b>					
Nos produits sont conçus pour être assemblés de manière modulaire.					
Nous retardons les activités d'assemblage des produits finis jusqu'à ce que les commandes des clients soient effectivement reçues.					
Nous retardons les activités d'assemblage du produit final jusqu'à la dernière position possible (ou la plus proche des clients) dans la chaîne logistique.					

### Section 3 : la performance organisationnelle

En ce qui concerne la performance globale de l'entreprise, veuillez encercler le chiffre qui correspond le mieux à votre degré d'accord/désaccord avec les affirmations suivantes. Les échelles sont des échelles de type Likert à cinq points avec. 1 = pas du tout d'accord, 2 = pas d'accord, 3 = neutre, 4 = d'accord, 5 - tout à fait d'accord.

<b>performance organisationnelle</b>	1	2	3	4	5
Notre organisation a augmenté son retour sur investissement par rapport à ses concurrents.					
Notre organisation a augmenté sa part de marché par rapport à ses concurrents.					
Notre organisation a augmenté la croissance de ses ventes par rapport à ses concurrents.					
Notre organisation a augmenté sa marge bénéficiaire sur les ventes par rapport à ses concurrents.					
Notre organisation a renforcé sa position concurrentielle globale sur le marché.					

**ANNEXE 02 :**  
**GUIDE D'ENTRETIEN**

Entretiens individuels, semi structurés

Durée de chaque entretien : approximativement 20 à 30 minutes

Bonjour Madame/ Monsieur,

Je suis BENMADJDOUB Amira et nous sommes avec mon binôme BOUCENNA Medina en train de réaliser une recherche sur l'impact de la chaîne logistique sur la performance organisationnelle de l'entreprise.

Nous sommes ravies de vous rencontrer et nous vous remercions d'avance pour votre temps et votre participation à cette entrevue.

L'objectif de cette entrevue est de recueillir votre point de vue sur les pratiques de la chaîne logistique, notamment sur la relation client, le partage d'information, la qualité de l'information, les partenariats stratégiques et le report d'échéance, ainsi que sur leur impact sur la performance organisationnelle de votre entreprise.

Nous sommes intéressées par votre expérience dans ce domaine et nous aimerions avoir votre opinion sur ces pratiques et leur importance pour votre entreprise. Sachant que l'usage de toute information transmise sera strictement d'ordre scientifique et pédagogique.

Présentation de l'interviewé :

1. Pouvez-vous vous présenter brièvement et nous dire quel est votre rôle dans l'entreprise ?
2. Depuis combien de temps travaillez-vous dans le domaine de la chaîne logistique ?
3. Comment décririez-vous la culture d'entreprise de votre organisation en ce qui concerne la chaîne logistique ?
4. Quelles sont les principales réussites ou réalisations dans le domaine de la chaîne logistique dont vous êtes le/la plus fier/fière ?

Questions pour l'interviewés :

1. Comment votre entreprise définit-elle la performance organisationnelle ? Quels sont les indicateurs clés utilisés pour évaluer la performance de la chaîne logistique ?
2. Pourriez-vous décrire les relations de la chaîne d'approvisionnement que votre organisation entretient avec ses clients ?  
À votre avis, quelle est l'importance de ces relations pour la performance de votre organisation ?
3. Dans quelle mesure votre entreprise partage-t-elle les informations entre les différents acteurs de la chaîne logistique (fournisseurs, transporteurs, entrepôts, etc.) ?
4. Pensez-vous que ce niveau de partage d'informations a un impact sur la performance de votre organisation ? Si c'est le cas, comment ?
5. Comment la qualité de l'information est-elle assurée tout au long de la chaîne logistique ?
6. Comment votre entreprise sélectionne-t-elle ses partenaires stratégiques dans la chaîne logistique et comment cela influence-t-il la performance organisationnelle ?
7. Comment votre entreprise gère-t-elle les reports d'échéance dans la chaîne logistique et quel est leur impact sur la performance organisationnelle ?
8. Comment votre entreprise mesure-t-elle l'efficacité des pratiques de la chaîne logistique en termes de performance organisationnelle ?