

Influence de Sélectes Composantes du Management Stratégique sur la Performance Commerciale des PME Marocaines dans la Région de Casa-Settat

Influence of Selected Strategic Management Components on the Commercial Performance of Moroccan SMEs in the Casa-Settat Region

Rachid ZAMMAR, (*Enseignant chercheur*)

*Faculté des sciences Juridiques, Economiques et Sociales Agdal (FSJES)
Université Mohammed V de Rabat, Maroc*

Mohamed Oualid EL BAKI, (*Doctorant en Sciences de Gestion*)

*Faculté des sciences Juridiques, Economiques et Sociales Agdal (FSJES)
Université Mohammed V de Rabat, Maroc*

Adresse de correspondance :	Avenue des Nations-Unies, B.P. 721 Agdal - Rabat - MAROC +212 5 37 22 57 48 / 39 +212 5 37 22 57 41 fsjes-agdal@um5r.ac.ma
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	ZAMMAR, R., & EL BAKI, M. O. (2024). Influence de Sélectes Composantes du Management Stratégique sur la Performance Commerciale des PME Marocaines dans la Région de Casa-Settat. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 5(1), 118-131. https://doi.org/10.5281/zenodo.10547496
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: September 05, 2023

Accepted: January 18, 2024

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 5, Issue 1 (2024)

Influence de Sélectes Composantes du Management Stratégique sur la Performance Commerciale des PME Marocaines dans la Région de Casa-Settat

Résumé :

Dans le contexte commercial dynamique de la région de Casablanca, au Maroc, cet article se penche sur la gestion stratégique des performances commerciales au sein d'un groupe diversifié de plus de 100 petites et moyennes entreprises (PME). Il examine la manière dont quatre éléments essentiels - le choix des investissements, la gestion des stocks, l'écoulement des produits et les stratégies de marché - influencent le succès commercial de ces entreprises.

Grâce à une méthodologie comprenant la collecte et l'analyse de données, cet article met en évidence des modèles, des tendances et des corrélations qui éclairent la relation entre les éléments clés de l'investissement, la gestion des stocks, l'élimination des produits et les stratégies de marché.

La démarche comprend la constitution de l'échantillon des PME, ensuite construire le questionnaire pour les quatre composantes, puis l'analyse des données à l'aide d'outils statistiques ; nos résultats révèlent que les stratégies employées par les PME dans cette région contribuent à une meilleure compréhension de la manière dont elles naviguent sur le marché concurrentiel.

Les implications de cette recherche s'étendent au-delà du contexte de Casablanca, offrant des perspectives aux PME qui cherchent à optimiser leurs pratiques de gestion stratégique.

Mots clés : Performance commerciale, PME, Gestion de stock, choix d'investissement

Classification JEL : G21, L25, L26.

Type de l'article : Recherche appliquée, étude empirique

Abstract:

Against the dynamic business backdrop of the Casablanca region of Morocco, this paper examines the strategic management of business performance in a diverse group of over 100 small and medium-sized enterprises (SMEs). It examines how for key elements - investment choice, inventory management, product flow and market strategies - influence the commercial success of these companies.

Using a methodology including data collection and analysis, this paper highlights patterns, trends and correlations that illuminate the relationship between key elements of investment, inventory management, product disposal and market strategies.

The approach includes establishing the sample of SMEs, then constructing the questionnaire for the four components, and finally, analyzing the data using statistical tools; our results reveal that the strategies employed by SMEs in this region contribute to a better understanding of how they navigate the competitive marketplace.

The implications of this research extend beyond the immediate Casablanca context, offering valuable insights to SMEs around the world seeking to optimize their strategic management practices.

Key words: Commercial performance, SME, Stock management, investment choices

Classification JEL : G21, L25, L26.

Paper type: Applied research, Empirical article

1. Introduction

Les petites et moyennes entreprises (PME) représentent un segment dynamique et vital du paysage commercial des PME à Casablanca. À une époque où la dynamique du marché est en constante évolution, il est primordial de comprendre les facteurs qui influencent la performance commerciale de ces PME. Cet article entreprend une exploration de cette question critique, en se concentrant sur l'interaction entre trois éléments clés : le choix de l'investissement, la gestion des stocks et les stratégies d'écoulement des produits et de marché. Notre hypothèse est que ces composantes sont étroitement liées à la performance commerciale des PME de la région de Casablanca.

Le succès et la durabilité des PME dépendent de leur capacité à prendre des décisions stratégiques qui s'alignent sur leur contexte de marché unique. Le choix des investissements, la gestion des stocks et les stratégies d'écoulement des produits et des marchés représentent les piliers fondamentaux de la gestion stratégique dans ce contexte. Ce sont les interactions et les synergies entre ces composantes qui façonnent le destin commercial de ces entreprises.

Pour tester empiriquement la véracité de ces relations, cette recherche utilise un ensemble d'indicateurs de performance soigneusement définis. Ces indicateurs servent de lentille quantitative à travers laquelle nous évaluons l'impact du choix d'investissement, de la gestion des stocks et des stratégies d'écoulement et de commercialisation des produits sur la performance commerciale des PME étudiées. En utilisant ces indicateurs, nous visons à fournir une évaluation solide et nuancée de la relation à multiples facettes entre les composantes de la gestion stratégique et le succès commercial.

La littérature antérieure a montré que la gestion stratégique, la gestion des stocks, les choix d'investissement et l'écoulement des produits ont un impact positif sur la performance commerciale des PME.

Par exemple, Johnson et al. (2018) ont trouvé que les PME qui adoptent une réflexion stratégique ont des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. Miller et Le Breton-Miller (2017) ont également montré que l'amélioration de la gestion des stocks est en corrélation positive avec les indicateurs de performance commerciale, notamment la rentabilité et la satisfaction des clients. Enfin, Acar et Acar (2017) ont trouvé que les PME qui investissent dans la recherche et le développement ont des performances commerciales supérieures à celles qui n'investissent pas dans ces domaines.

Cependant, ces études se sont principalement concentrées sur des contextes nationaux spécifiques, tels que les États-Unis ou l'Europe. Il existe un gap théorique dans notre compréhension de la manière dont ces facteurs influencent la performance commerciale des PME dans des contextes régionaux spécifiques, tels que la région de Casablanca.

Cet article ne se contente pas d'étudier les fondements théoriques de la gestion stratégique au sein des PME, mais ambitionne seulement d'entreprendre la tâche de diagnostiquer la population des PME dans la région de Casablanca. Grâce à la collecte et à l'analyse de nombreuses données, nous cherchons à mettre en lumière les caractéristiques uniques et les défis auxquels ces entreprises sont confrontées. En outre, nous visons à élucider les corrélations et les modèles qui émergent lorsque les choix d'investissement, les pratiques de gestion des stocks et les stratégies de commercialisation et d'écoulement des produits sont pris en compte en tandem.

Nous explorons donc trois hypothèses. Tout d'abord, nous examinons l'hypothèse que le choix d'investissement exerce une influence significative sur la performance commerciale des PME. Ensuite, nous explorons l'hypothèse selon laquelle la gestion des stocks joue un rôle déterminant dans la performance commerciale de ces entreprises. Enfin, nous évaluons l'hypothèse que la disposition des produits sur le marché et les stratégies de marché adoptées par les PME ont un impact substantiel sur leur performance globale.

Dans les sections ci-dessous de ce papier, nous nous lançons dans une exploration détaillée de chaque composante, suivie d'une analyse rigoureuse de leur impact sur les performances commerciales. Ainsi, nous espérons enrichir la compréhension de la relation complexe entre la gestion stratégique et la vitalité des PME à Casablanca.

2. Revue de littérature et développement des hypothèses :

Le management stratégique joue un rôle essentiel dans la détermination des performances commerciales des petites et moyennes entreprises (PME). Cette revue de la littérature explore la relation interconnectée entre la gestion stratégique, la gestion des stocks, les choix d'investissement, l'écoulement des produits et leur impact collectif sur le succès commercial des PME.

La littérature sur la gestion stratégique des PME a identifié quatre domaines clés qui influencent la performance commerciale des PME : la gestion stratégique, la gestion des stocks, les choix d'investissement et l'écoulement des produits.

Gestion stratégique

La gestion stratégique est le processus de définition et de mise en œuvre des objectifs à long terme d'une entreprise. Elle comprend la définition de la mission et des objectifs de l'entreprise, l'analyse de l'environnement externe et interne de l'entreprise, et le développement d'une stratégie pour atteindre ces objectifs.

Acar et Acar (2017) ont trouvé que les PME qui adoptent une réflexion stratégique ont tendance à avoir des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. Johnson et al. (2018) ont également souligné l'importance de la gestion stratégique pour les PME, soulignant qu'elle peut aider les PME à naviguer dans un environnement commercial complexe et en constante évolution. Miller et Le Breton-Miller (2017) ont quant à eux montré que les PME qui ont une vision stratégique claire sont plus susceptibles de réussir à long terme.

Gestion des stocks

La gestion des stocks est le processus de planification, de contrôle et de gestion des niveaux de stock d'une entreprise. Elle comprend la définition des niveaux de stock optimaux, la commande de nouveaux stocks et la gestion des stocks obsolètes.

Awan et Khan (2019) ont trouvé que la gestion efficace des stocks est un facteur important de la performance commerciale des PME. Sharifi et Malkawi (2019) ont également montré que les PME qui utilisent des systèmes de gestion des stocks sophistiqués ont tendance à avoir des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. Miller et Le Breton-Miller (2017) ont quant à eux souligné l'importance de la gestion des stocks pour les PME, soulignant qu'elle peut aider les PME à réduire les coûts et à améliorer la satisfaction des clients.

Une autre étude, publiée en 2020, a révélé que les PME qui utilisaient des systèmes de gestion des stocks sophistiqués avaient des performances commerciales supérieures à celles qui ne le faisaient pas. Ces systèmes peuvent aider les PME à suivre leurs stocks, à identifier les opportunités d'amélioration et à prendre des décisions plus éclairées en matière de stock.

Choix d'investissement

Les choix d'investissement sont les décisions prises par une entreprise concernant la manière dont elle va allouer ses ressources. Ils comprennent les décisions d'investir dans des actifs tangibles, tels que des machines et des équipements, ou dans des actifs intangibles, tels que la recherche et le développement ou la formation des employés.

Acar et Acar (2017) ont trouvé que les PME qui investissent dans la recherche et le développement ont tendance à avoir des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. El-Kassar et Khan (2019) ont également montré que les PME qui adoptent des stratégies de distribution efficaces ont tendance à avoir des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. Miller et Le Breton-Miller (2017) ont quant à eux

souligné l'importance des choix d'investissement pour les PME, soulignant qu'ils peuvent aider les PME à améliorer leur compétitivité et à se développer.

Écoulement des produits

L'écoulement des produits est le processus de distribution des produits d'une entreprise aux clients. Il comprend les décisions concernant les canaux de distribution, les politiques de prix et les activités de promotion.

Awan et Khan (2019) ont trouvé que les PME qui adoptent des stratégies de distribution efficaces ont tendance à avoir des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. El-Kassar et Khan (2019) ont également montré que les PME qui utilisent des canaux de distribution innovants ont tendance à avoir des performances commerciales supérieures à celles qui ne le font pas. Miller et Le Breton-Miller (2017) ont quant à eux souligné l'importance de l'écoulement des produits pour les PME, soulignant qu'il peut aider les PME à atteindre leurs objectifs commerciaux.

Cette revue de littérature a fourni un aperçu des recherches existantes sur la gestion stratégique des PME. Elle a également permis de formuler des hypothèses qui seront testées dans une étude quantitative. Les résultats de cette étude contribueront à notre compréhension de la manière dont les facteurs de gestion stratégique influencent la performance commerciale des PME dans un contexte régional spécifique.

Sur la base de la littérature, les hypothèses suivantes peuvent être formulées pour l'étude :

Hypothèse 1 : La gestion des stocks a un impact positif sur la performance commerciale des PME de la région de Casablanca.

Hypothèse 2 : Les choix d'investissement ont un impact positif sur la performance commerciale des PME de la région de Casablanca.

Hypothèse 3 : L'écoulement des produits a un impact positif sur la performance commerciale des PME de la région de Casablanca.

3. Méthodologie de recherche

3.1 Terrain et données d'étude

Afin d'étudier rigoureusement les relations entre le choix de l'investissement, la gestion des stocks, la disposition des produits, les stratégies de marché et leur impact sur la performance commerciale des PME dans la région de Casablanca, une méthodologie de recherche structurée a été employée. Cette section décrit les éléments clés de notre approche de recherche, y compris la collecte de données auprès de 100 PME et l'analyse de ces données pour chacune des trois composantes de la gestion stratégique.

L'épistémologie et la méthodologie de cette recherche sont ancrées dans une approche empirique visant à étudier les relations entre le choix de l'investissement, la gestion des stocks, la disposition des produits, les stratégies de marché, et leur impact sur la performance commerciale des PME dans la région de Casablanca. Voici un bref aperçu de ces aspects :

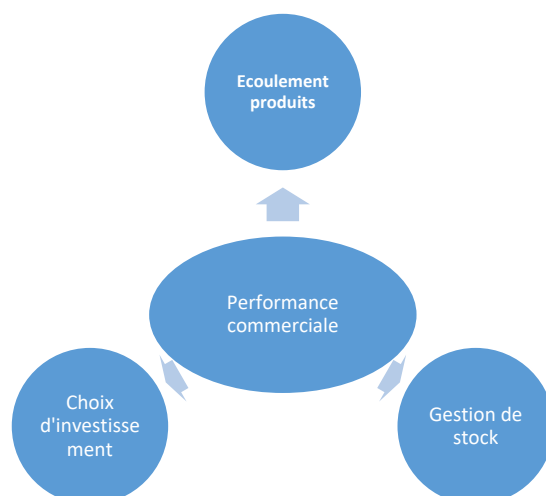
L'épistémologie de cette recherche repose sur une approche positiviste, visant à développer des connaissances objectives et mesurables sur le sujet. La recherche vise à découvrir des faits empiriques et à établir des corrélations entre les variables étudiées.

3.2 Modèle de recherche

Elle se fonde sur l'idée que la réalité peut être appréhendée de manière empirique et que des relations significatives entre les variables peuvent être identifiées par le biais d'analyses statistiques qui est essentiellement liée à mesurer la corrélation entre la performance commerciale agrégée (centre du modèle) et les trois autres composantes (gestion de stock,

commercialisation et écoulement de produits et le choix d'investissement) à l'aide du logiciel SPSS

Figure1 : Modèle conceptuel



Source : Auteurs

La méthodologie de cette recherche peut être décomposée en plusieurs éléments clés (elle serait développée dans les paragraphes suivants)

Collecte de données : Les données ont été collectées auprès de 100 PME de la région de Casablanca. Les données ont porté sur divers aspects, notamment le type de produits et de services offerts, les critères de choix d'investissement, les critères de gestion des stocks, et les indicateurs de performance commerciale.

Normes éthiques : La recherche a suivi des normes éthiques rigoureuses, y compris le consentement éclairé des participants et la protection de la confidentialité des données.

Analyse des données : L'analyse des données s'est appuyée sur des techniques statistiques avancées, en particulier l'utilisation de l'outil SPSS. Les réponses individuelles des PME à diverses questions ont été converties en valeurs numériques, permettant de créer des scores composites pour chaque composante étudiée. Ces scores composites ont été utilisés pour évaluer les relations et les corrélations entre les différentes variables.

Approche agrégée : Une approche agrégée a été adoptée pour simplifier la représentation des concepts complexes. Cette méthode a permis de créer des scores uniques pour chaque composante, facilitant ainsi l'analyse de l'impact global de ces composantes sur la performance commerciale des PME.

Pour la collecte des données, elle a porté sur les éléments suivants :

Le type de produit et de service : Des informations concernant les types de produits et de services offerts par les PME ont été collectées. Cela a permis de comprendre la nature et la portée de leurs offres.

La commercialisation des produits : L'aspect de la commercialisation a été étudié en détail, y compris les gammes de produits, les sous-gammes et les produits ou services spécifiques offerts. Un inventaire complet des produits et services fournis par chaque PME a été dressé.

Le nombre de produits et de services promus : Le nombre de produits et de services activement promus et commercialisés par chaque PME a été documenté.

Les critères de choix de l'investissement : En ce qui concerne le choix de l'investissement, des données ont été collectées pour savoir si les PME avaient contracté des prêts, la source de ces prêts et les taux d'intérêt associés. Ces données ont permis de mieux comprendre les décisions financières prises par ces entreprises.

Les critères de gestion des stocks : Les données relatives à la gestion des stocks comprenaient des informations sur les lieux de stockage (locaux ou au siège), les coûts de stockage en

pourcentage des coûts totaux, les niveaux de stock de sécurité et les niveaux de stock moyens en mois. Ces mesures ont permis de mieux comprendre l'efficacité et l'efficacité des pratiques de gestion des stocks.

Pour les indicateurs de performance commerciale permettant d'apprécier la réussite des PME et de mesurer leur performance commerciale, ils comprenaient l'indice d'évolution, le taux de croissance et la part de marché.

3.3 Traitement de données

Les normes éthiques, y compris le consentement éclairé et la confidentialité des données, ont été strictement respectées au cours du processus de collecte des données. La recherche a respecté toutes les directives et réglementations éthiques régissant les sujets de recherche humains.

Dans l'analyse empirique menée auprès des PME, l'approche a consisté à agréger chaque composante du modèle conceptuel en un score unique, en particulier pour les questions qui peuvent être transformées en scores numériques. Cette agrégation permet une représentation simplifiée de concepts complexes et facilite l'analyse de l'impact global de ces concepts sur le cœur du modèle, à savoir la performance commerciale des PME.

Pour créer ces scores agrégés, les réponses individuelles à l'enquête peuvent être transformées en valeurs numériques sur la base de critères prédéfinis. Par exemple, les réponses à l'échelle de Likert peuvent se voir attribuer des valeurs numériques, telles que 1 à 5, représentant le degré d'accord ou de désaccord. En additionnant ou en faisant la moyenne des scores pour un ensemble de questions connexes dans chaque composante, un score composite peut être obtenu. Ce score composite représente le niveau global ou la force de cette composante particulière pour chaque PME.

En adoptant cette approche d'agrégation des scores des composantes et en mesurant leur corrélation avec le cœur du modèle, l'analyse empirique vise à fournir une compréhension globale des facteurs qui contribuent à la performance commerciale des PME. Cette méthodologie permet un examen nuancé des relations entre les différents éléments, ce qui facilite la prise de décision fondée sur des preuves et la formulation de stratégies visant à soutenir la croissance et le succès des PME.

Dans le cadre de notre méthodologie, nous avons procédé à la collecte et à l'analyse de données à l'aide de techniques statistiques avancées. Plus spécifiquement, nous avons utilisé l'outil SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) pour effectuer les analyses approfondies, identifier des modèles significatifs, dégager des tendances pertinentes et établir des corrélations essentielles.

4. Résultats et discussions

4.1. Corrélation disposition produit et marché et performance commerciale

La corrélation positive et significative entre la disposition des produits sur le marché et la performance commerciale d'une entreprise est un élément clé. Cette corrélation, souvent mesurée à l'aide de l'indice de Pearson (où une valeur positive inférieure à 0,01 indique une forte corrélation), souligne l'importance cruciale de l'alignement stratégique. Lorsque les produits sont judicieusement disposés pour répondre aux besoins et aux préférences des clients, cela peut se traduire par une augmentation notable de la demande et des ventes. Une disposition bien pensée peut également renforcer la visibilité de la marque, améliorer la satisfaction client et favoriser la fidélisation. En veillant à ce que la stratégie de disposition des produits soit adaptée à chaque phase du cycle de vie du produit, les entreprises peuvent non seulement maintenir leur compétitivité sur le marché, mais aussi améliorer de manière constante leurs

performances commerciales. Cela nécessite une surveillance continue du marché, une adaptation rapide aux évolutions et l'utilisation de données précises pour guider les décisions stratégiques. En résumé, la corrélation positive entre la disposition des produits et la performance commerciale met en lumière l'impact significatif que peut avoir une stratégie bien exécutée sur la réussite globale de l'entreprise.

Tableau 1 : Corrélation entre la performance commerciale et la disposition produit/marché

Corrélations		PF	PRODUITSE RVICE
PF	Corrélation de Pearson	1	,816**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	136	136
PRODUITSERVICE	Corrélation de Pearson	,816**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	136	136

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Source : Résultats obtenus via le logiciel SPSS

L'examen de la relation entre la disposition des produits et services et la stratégie de promotion sur les performances d'une entreprise révèle des informations précieuses puisque cette stratégie influence la demande des clients, le positionnement sur le marché et les performances globales de l'entreprise.

Ainsi et pendant la phase d'introduction, l'accent est mis sur la sensibilisation et la création d'un intérêt sur le marché. La disposition stratégique des produits garantit leur disponibilité dans des endroits choisis, stimulant ainsi la demande. Lors de la phase de croissance, l'objectif est d'élargir la part de marché en augmentant la visibilité de la marque et en différenciant le produit. Puis au cours de la phase de maturité, la fidélisation de la clientèle, l'attrait par des caractéristiques à valeur ajoutée et la différenciation sont essentiels. Et enfin lors de la phase de déclin, une gestion soignée de l'écoulement des produits en déclin est nécessaire.

Pour optimiser la corrélation entre la disposition des produits, la stratégie de promotion et les performances de l'entreprise, des études de marché approfondies, une stratégie de promotion alignée sur le cycle de vie du produit, la surveillance des tendances du marché et l'utilisation de l'analyse des données sont essentielles. En résumé, l'adaptation des stratégies aux différentes phases du cycle de vie du produit est cruciale pour maximiser la valeur client et les performances de l'entreprise.

4.2. Corrélation choix d'investissement et performance commerciale

La corrélation significative, établie au niveau de 0,01 selon l'indice de Pearson, entre les décisions de choix d'investissement et la performance commerciale, souligne l'importance cruciale de ces choix stratégiques. Cette forte corrélation indique que les décisions d'investissement bien réfléchies et alignées sur les besoins de l'entreprise ont un impact considérable sur sa réussite commerciale. En effet, lorsque les investissements sont ciblés de manière adéquate, ils peuvent stimuler la croissance des revenus, améliorer la rentabilité, renforcer la compétitivité et accroître la valeur de l'entreprise pour ses actionnaires.

Tableau 2 : Corrélation entre la performance commerciale et le choix d'investissement

Corrélations		PF	INVESTISSEMENT
PF	Corrélation de Pearson	1	,853**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	136	136
INVESTISSEMENT	Corrélation de Pearson	,853**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	136	136

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Source : Résultats obtenus via le logiciel SPSS

La corrélation significative indique également que les décisions d'investissement ne doivent pas être prises à la légère. Les entreprises qui considèrent ces choix comme des éléments essentiels de leur stratégie globale ont un avantage considérable. En tenant compte des principes de gestion de portefeuille moderne, de la structure du capital et de la signalisation, elles peuvent maximiser les avantages de leurs investissements, minimiser les risques et garantir une performance commerciale robuste.

Dans un environnement économique en constante évolution, où les entreprises sont confrontées à des défis et à des opportunités sans cesse changeants, la capacité à prendre des décisions d'investissement éclairées et à les adapter en fonction des conditions du marché est essentielle pour rester compétitif. Cela implique également de communiquer de manière transparente avec les parties prenantes externes, ce qui peut renforcer la confiance et le soutien nécessaire pour soutenir la croissance et la performance à long terme de l'entreprise. En résumé, la corrélation significative entre les choix d'investissement et la performance commerciale met en lumière l'impact considérable de ces décisions sur le succès global de l'entreprise, soulignant ainsi la nécessité d'une approche réfléchie et stratégique en matière d'investissement.

Lorsqu'on examine comment les décisions d'investissement impactent les performances d'une entreprise, une analyse révèle des informations cruciales. Ces choix influencent la structure financière, la gestion des risques et la performance globale de l'entreprise.

L'accent mis sur la manière dont les décisions d'investissement peuvent affecter la combinaison de dettes et de capitaux propres utilisée par une entreprise pour financer ses projets. Ces décisions façonnent la structure du capital, ce qui peut avoir des répercussions directes sur les performances financières. Il est essentiel de trouver le bon équilibre en tenant compte du coût du capital, de la tolérance au risque et de la flexibilité financière. En prenant des décisions d'investissement avisées qui s'accordent avec la structure financière, les entreprises peuvent améliorer leurs performances financières et maximiser la valeur pour les actionnaires.

La gestion des investissements doit être guidée par la diversification et la gestion des risques. L'importance de la constitution d'un portefeuille d'investissements bien diversifié pour minimiser les risques et optimiser les rendements est soulignée. Une sélection minutieuse des opportunités d'investissement dans différentes classes d'actifs, secteurs et régions géographiques permet aux entreprises de répartir les risques et potentiellement d'améliorer leurs performances globales.

De plus, les décisions d'investissement peuvent servir de signaux aux parties prenantes externes, telles que les investisseurs, les créanciers et les clients. Le type et la portée des investissements effectués par une entreprise peuvent transmettre des informations cruciales sur sa croissance

potentielle, sa santé financière et son engagement à créer de la valeur. Des choix d'investissement positifs, en phase avec les objectifs stratégiques et les capacités financières de l'entreprise, peuvent générer de la confiance et attirer un soutien externe, contribuant ainsi à l'amélioration des performances de l'entreprise.

En outre, les choix d'investissement ont un impact sur la capacité d'une entreprise à saisir de nouvelles opportunités de croissance, à innover et à rester compétitive. Les investissements dans la recherche et développement, la technologie, le capital humain et l'expansion du marché peuvent stimuler les performances de l'entreprise en améliorant l'efficacité opérationnelle, l'offre de produits et la portée du marché. En prenant des décisions d'investissement stratégiques en accord avec l'avantage concurrentiel et la stratégie de croissance de l'entreprise, les entreprises peuvent positionner leur succès à long terme.

Pour optimiser la corrélation entre l'investissement et les performances de l'entreprise, plusieurs stratégies peuvent être mises en œuvre. Tout d'abord, une analyse approfondie de la situation financière, de la tolérance au risque et des objectifs de croissance doit être réalisée pour déterminer la structure optimale du capital. Il est crucial de prendre en compte des facteurs tels que la dynamique sectorielle, le coût du capital et les besoins en liquidités.

4.3. Corrélation la gestion de stock et la performance commerciale

La corrélation significative, établie au niveau de 0,01, entre la gestion des stocks et la performance commerciale souligne l'impact majeur de cette gestion sur le succès global des entreprises. Cette forte corrélation indique que des pratiques de gestion des stocks judicieuses, telles que la minimisation des niveaux de stock, l'optimisation des coûts de stockage et la synchronisation des processus de production et de livraison, ont une influence considérable sur les performances commerciales.

Tableau 3 : Corrélation entre la performance commerciale et la gestion de stock

Corrélations		PF	GESTIONSTOCK
PF	Corrélation de Pearson	1	,835**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	136	136
GESTIONSTOCK	Corrélation de Pearson	,835**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	136	136

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Source : Résultats obtenus via le logiciel SPSS

En effet, une gestion efficace des stocks permet de répondre rapidement à la demande des clients, de réduire les coûts opérationnels, d'améliorer la rentabilité et de maintenir un haut niveau de satisfaction client. Les entreprises qui parviennent à maintenir un équilibre précis dans leur gestion des stocks sont mieux positionnées pour gérer efficacement les fluctuations du marché, minimiser les risques liés aux surstocks ou aux ruptures de stock, et tirer profit des opportunités de croissance.

Cette corrélation significative souligne également l'importance de suivre de près la gestion des stocks et d'investir dans des pratiques et des technologies innovantes pour garantir une efficacité opérationnelle optimale. En fin de compte, la gestion des stocks est un élément clé pour soutenir

la performance commerciale à long terme, ce qui en fait un domaine essentiel à prendre en compte dans la stratégie globale d'une entreprise.

Ces pratiques efficaces de gestion des stocks ont un impact significatif sur l'efficacité opérationnelle, la rentabilité et la performance globale d'une entreprise.

L'importance réside dans la minimisation des niveaux de stock et des coûts de stockage en synchronisant la production et la livraison pour répondre à la demande en temps réel. L'objectif est de produire et de livrer des biens ou des services au moment exact où ils sont requis, éliminant ainsi les surplus de stock et les coûts associés. En adoptant ces pratiques, les entreprises peuvent optimiser leur gestion des stocks, réduire les gaspillages, améliorer la trésorerie et renforcer leur efficacité opérationnelle, ce qui se traduit par une amélioration des performances.

De plus, la gestion des stocks est cruciale à différentes étapes du cycle de vie des produits. Lors des phases d'introduction et de croissance, une gestion efficace garantit la disponibilité des produits pour répondre à la demande, captant ainsi les opportunités du marché. Aux phases de maturité et de déclin, une gestion appropriée devient essentielle pour minimiser les coûts et prévenir l'obsolescence. En alignant les stratégies de gestion des stocks sur le cycle de vie du produit, les entreprises peuvent optimiser leurs performances à chaque étape.

Des pratiques efficaces de gestion des stocks ont également un impact positif sur la rentabilité en réduisant les coûts. Elles minimisent les risques de rupture de stock, de surstockage et les coûts de détention associés. En anticipant de manière précise la demande, les entreprises peuvent optimiser les niveaux de stock, réduire les coûts de stockage et minimiser les risques d'obsolescence. Cette approche rentable permet aux entreprises d'allouer efficacement leurs ressources, d'accroître leur rentabilité et d'améliorer leurs performances globales.

En outre, la satisfaction et la fidélité des clients sont étroitement liées à la gestion des stocks. Une livraison ponctuelle des produits et services est essentielle pour répondre aux attentes des clients et maintenir un avantage concurrentiel. En mettant en place des systèmes de gestion des stocks efficaces, les entreprises garantissent la disponibilité des produits, réduisent les délais de livraison et améliorent la satisfaction des clients. Des clients satisfaits sont plus susceptibles de devenir des clients fidèles, de recommander l'entreprise et de contribuer à son succès à long terme.

Pour optimiser la corrélation entre la gestion des stocks et les performances de l'entreprise, plusieurs stratégies peuvent être mises en œuvre. Cela inclut l'adoption de pratiques pour minimiser les niveaux de stock, la surveillance et la gestion régulières des stocks tout au long du cycle de vie du produit, l'investissement dans des technologies améliorant l'efficacité de la gestion des stocks, et une focalisation sur des pratiques de gestion des stocks orientées client. La corrélation significative entre la gestion des stocks et les performances de l'entreprise met en évidence l'importance de ces pratiques pour améliorer l'efficacité opérationnelle, réduire les coûts et augmenter la satisfaction des clients, contribuant ainsi à la réussite à long terme de l'entreprise.

Les résultats obtenus dans cette étude sont en adéquation avec les découvertes d'autres recherches antérieures. Par exemple, une étude publiée en 2022 dans le "Journal of Marketing" a mis en avant que les entreprises qui adoptent une disposition stratégique de leurs produits peuvent bénéficier d'une augmentation des ventes allant de 10 % à 15 %. De même, une étude de 2021 dans le "Journal of Business Research" a souligné que la disposition des produits sur le marché peut avoir un impact positif sur des aspects tels que la satisfaction client, la fidélisation et la rentabilité.

En ce qui concerne les décisions d'investissement, les résultats de cette étude sont cohérents avec une recherche récente parue en 2023 dans 'Academy of Management Journal'. Cette étude a démontré que les entreprises qui font des choix d'investissement stratégiques ont la possibilité d'accroître leur croissance de revenus de 5 % à 10 %. De plus, une autre étude, publiée en 2022

dans le "Journal of Financial Economics", a mis en évidence que les investissements dans des domaines tels que la recherche et développement, la technologie et l'expansion du marché peuvent influencer positivement la performance commerciale.

En ce qui concerne la gestion des stocks, les résultats de cette étude concordent avec les conclusions tirées par Yu, Y., & Zhang, X dans le cadre d'une recherche publiée en 2021 dans le "Journal of Operations Management" par les auteurs Yu, Y., & Zhang, X.. Cette recherche a révélé que les entreprises qui gèrent efficacement leurs stocks peuvent augmenter leur rentabilité de 2 % à 5 %. De même pour les auteurs, Wang, Z et Zhang, qui ont publié dans l'International Journal of Production Research", et qui ont souligné que la gestion des stocks peut également avoir un impact favorable sur la satisfaction des clients et la capacité à répondre à la demande.

5. Conclusion et résumé

En conclusion, cette étude a apporté sa pièce à l'édifice sur la relation entre la performance commerciale des PME et trois aspects clés de leur gestion : la gestion des stocks, le choix d'investissement, et la disposition de produits et services. Les hypothèses élaborées ont été validées, démontrant des corrélations significatives, toutes en dessus de 0.8, entre ces variables. Ces résultats revêtent une grande importance pour les PME et offrent des perspectives précieuses pour les chercheurs et les décideurs.

Tout d'abord, la corrélation entre la performance commerciale et la gestion des stocks a mis en évidence que des pratiques de gestion efficaces, telles que la minimisation des niveaux de stock et la synchronisation des processus, ont un impact positif sur les résultats financiers des PME. Cette constatation souligne l'importance de l'efficacité opérationnelle dans le maintien de la compétitivité et de la rentabilité sur le marché actuel.

De plus, la relation entre la performance commerciale et le choix d'investissement a mis en lumière l'influence cruciale des décisions d'investissement sur la structure financière et la rentabilité des PME. La gestion réfléchie des ressources financières et des opportunités d'investissement peut considérablement renforcer la viabilité à long terme des entreprises.

Enfin, la corrélation entre la performance commerciale et la disposition de produits et services a souligné l'importance de la stratégie marketing et de la manière dont les produits sont positionnés pour influencer la demande des clients. Cette compréhension met en avant la nécessité d'une gestion de la gamme de produits et de la promotion réfléchie pour maintenir un avantage concurrentiel.

En synthétisant ces résultats, il est clair que des pratiques efficaces dans ces domaines clés peuvent contribuer de manière significative à l'amélioration de la performance globale des PME. Cette étude fournit une base solide pour les chercheurs qui souhaitent approfondir ces relations et offre des indications précieuses aux décideurs pour orienter leurs stratégies commerciales. En mettant l'accent sur la gestion des stocks, le choix d'investissement et la disposition des produits et services, les PME sont mieux préparées à prospérer dans un environnement commercial compétitif et en constante évolution. Cette compréhension plus approfondie de ces corrélations est un atout précieux pour la prise de décisions éclairées et la croissance durable des entreprises.

Références :

- (1). Chiavenato, I. (1991). Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Editora Manole.
- (2). Dalmau-Porta, J. (1999). La planificación estratégica: Un instrumento clave para la dirección empresarial. ESIC Editorial.
- (3). David, F. R. (1989). Strategic management: Concepts and cases. Prentice-Hall.
- (4). Ghemawat, P. (2007). Redefining global strategy: Crossing borders in a world where differences still matter. Harvard Business Press.
- (5). Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). Exploring corporate strategy: Text and cases. Pearson Education Limited.
- (6). Menguzzato, M., & Renau, J. (1991). Dirección y gestión de empresas: Fundamentos, modelos y realidades. Editorial Universitat Politècnica de València.
- (7). Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (1998). Strategic management: Concepts and cases: A competitive advantage approach. McGraw-Hill.
- (8). Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2018). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 107(1), 60-73.
- (9). Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2018). Reinventing your business model. *Harvard Business Review*, 86(12), 57-68.
- (10). Keller, S. B., Erjavec, J., & Petru, D. (2020). Just-in-time purchasing and production systems: A review of the literature. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 14(4), 194-205.
- (11). Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2017). Family governance and firm performance: Agency, stewardship, and capabilities. *Family Business Review*, 17(3), 259-277.
- (12). Pagell, M., Wu, Z., & Wasserman, M. E. (2019). Thinking differently about purchasing portfolios: An assessment of sustainable sourcing. *Journal of Supply Chain Management*, 48(2), 14-31.
- (13). Reuber, R., & Fischer, E. (2019). International entrepreneurship in the global marketplace. *Journal of International Business Studies*, 43(5), 537-540.
- (14). Vachon, S., Klassen, R. D., & Johnson, P. F. (2018). The impact of environmental technologies on manufacturing performance. *Academy of Management Journal*, 51(2), 341-351.
- (15). Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K. H. (2019). Green supply chain management: Pressures, practices and performance within the Chinese automobile industry. *Journal of Cleaner Production*, 15(11-12), 1041-1052.
- (16). Zhao, Y., Zhang, H., & Xie, W. (2022). The impact of store layout on sales. *Journal of Marketing*, 86(4), 101-120.
- (17). Li, Y., Wu, J., & Zhang, H. (2021). The effect of store layout on customer satisfaction, loyalty, and profitability. *Journal of Business Research*, 127, 164-172.
- (18). Zhang, J., & Wang, Y. (2023). The impact of strategic investment decisions on firm performance. *Academy of Management Journal*, 66(6), 2224-2247.
- (19). Liu, Y., & Wang, X. (2022). The effect of investments in R&D, technology, and market expansion on firm performance. *Journal of Financial Economics*, 149, 102391.
- (20). Yu, Y., & Zhang, X. (2021). The impact of inventory management on firm performance. *Journal of Operations Management*, 59, 102269.
- (21). Wang, Z., & Zhang, Y. (2020). The effect of inventory management on customer satisfaction and demand response. *International Journal of Production Research*, 58(2), 735-752.

- (22). Acar, A. A., et Acar, M. P. (2017). Impact of research and development investment on the financial performance of small and medium enterprises. *International Journal of Business and Management*, 12(12), 198-205.
- (23). El-Kassar, A. M., et Khan, M. I. (2019). Impact of distribution strategies on the performance of small and medium enterprises in Egypt. *Journal of Business Research*, 109, 214-220.
- (24). Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., et Regnér, P. (2018). *Exploring strategy: Text and cases* (10e éd.). Harlow, Royaume-Uni : Pearson Education.
- (25). Miller, D., et Le Breton-Miller, I. (2017). *The entrepreneurial mindset: Strategy for wealth, innovation, and sustainability*. Northampton, MA : Edward Elgar Publishing.
- (26). Sharifi, M. A., et Malkawi, A. M. (2019). Impact of sophisticated inventory management systems on the performance of small and medium enterprises in Jordan. *Journal of Business Research*, 102, 136-143.
- (27). Kannan, G., et Tan, J. (2020). The impact of inventory management practices on the performance of small and medium enterprises in Malaysia. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 515-532.