Revue académique des études humaines et sociales

Impact de l'information comptable sur la prise de décision stratégique :Cas de l'unité de transformation d'aluminium du grouped'entreprises des emballages métalliques (E.M.B) Gué de Constantine. Alger

Impact of the Aaccounting Data on the Strategic Ddecision Making : Case of the aluminium Transformation unit of the Group Enterprises of metallic Packaging (EMB) Gué de Constantine. Alger

أثر المعلومات المحاسبية على اتخاذ القار ألإستراتيجي : حالة وحدة التحويل الألمنيوم لمؤسسة للرزم المعدني ـ جسر قسنطينة-الجزائر

CHABI Tayeb,
Maitre de conférences (A) à l'université A-MIRA de Bejaia,
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
chabitayeb@yahoo.fr

Résumé

L'objet de la présente recherche empirique est d'étudier l'impact de l'information comptable sur la prise de décision stratégique. Pour ce faire, nous avons effectué une enquête composée de deux questionnaires pour formuler et évaluer les relations entre les variables du modèle. Les résultats de notre enquête nous ont permis, de formuler le modèle hiérarchique de l'unité de transformation d'aluminium et de quantifier les jugements de leurs managers. Nous avons pu résoudre le modèle par une programmation faite sur « MATLAB », visualiser les résultats sur des tableaux et analyser l'impact des informations.

Mots Clés : *Information, Comptable, Décisions, Stratégie, Impact.*

Abstract

The purpose of this research is to study the impact of the accounting data on the strategic decision making. For this purpose, we have conducted an investigation composed a questionnaire , which we interviewed a sample of unit's manager on the relationship between the indicators in order to formulate the typical model(the hierarchy model), and to evaluate the impact of model indicators among them . The results of the interrogation allowed us to formulate a model, which is consisting of five levels, each level consisting a set of indicators. We also solved the model using a program « MATLAB » and finally we have analyse the results .

Keywords : *Data, accounting, decisions, Making, impact.*

ملخص

يتلخص موضوع هده الدراسة التطبيقية في محاولة إبراز أثر معلومات المحاسبة على اتخاذ القرار الإستراتيجي في المؤسسة الصناعية. قمنا من خلالها باستجواب عينة من مسيري الوحدة موضوع الدراسة على العلاقة بين المؤشرات بهدف صياغة النمط النموذجي (le modèle hiérarchique)، وعلى تقييم أثر مؤشرات النموذج فيما بينها. نتائج الاستجواب سمحت لنا بصياغة نموذج، حيث يتكون هذا الأخير من خمسة مستويات، كل مستوى يتكون من مجموعة مؤشرات. كما قمنا بحل النموذج وذلك باستخدام برنامج « MATLAB ». وفي الأخير قمنا بتحليل النتائج.

الكلمات الدالة: معلومات ، المحاسبة ، القرار، الإستراتيجي، اثر.

1-Introduction

L'organisation est le siège d'activités informationnelles variées : collecte et traitement des données, stockage et la diffusion de l'information. Les entreprises sont désormais confrontées à des problèmes complexes, vastes et divers comme: la planification stratégique, le plan d'allocation des ressources, le choix de financement et d'investissement, etc. A aucun de ces problèmes, ne s'impose de solution unique, simple et réalisable. En effet, à ce niveau, les décideurs sont confrontés à des réalités très complexes ou de nombreux phénomènes se trouvent liés entre-eux.

Ainsi, il ne s'agit pas de découvrir et de se lancer sur de nouveaux marchés. Encore faut-il bien connaître l'environnement dans lequel l'entreprise va évoluer. Pour cela, il faut obtenir des informations de nature technique, juridique, fiscale, politique, commerciale, etc.

L'information à pour objet d'apporter un ensemble de descriptions. Des faits quantitatifs et explicatifs favorisant un diagnostic plus clair de la situation et permettant de prendre des décisions avec moins de risques, c'est ici qu'intervient le rôle du système d'information comptable. L'objectif essentiel de ce dernier est de produire une quantité d'informations élaborées, pour permettre la mesure de la performance interne, le contrôle de gestion et la politique générale de l'entreprise(1) .

Le système d'information comptable dans nos entreprises a été perçu, pendant longtemps comme un simple modèle réduit à la production des documents comptables (les documents de synthèses). Toutefois, ces documents sont limités au calcul des résultats de l'exercice et d'impôts. Partageant souvent cette perception, les chercheurs en comptabilité s'intéressent assez peu à l'analyse et à l'usage de l'information comptable pour la prise de décision. Pourtant, cette dernière joue un rôle important dans la préparation de la décision. Ce manque d'intérêt provient peut-être, partiellement, des préjugés selon lesquels les entreprises produisent des données comptables aux autorités fiscales. Pourtant, des études empiriques (Benoit Lavigne, Josée. St- Pierre, 2002), ont permis de réfuter ce préjugé.

On reconnaît aujourd'hui que la comptabilité est au cœur de la gestion des entreprises, un outil stratégique de pilotage et d'évaluation. Elle a aussi pour objet de fournir des informations sur les relations de l'entreprise avec l'extérieur à travers la comptabilité générale et les informations internes qu'elle tirera à travers la comptabilité analytique. En effet, l'usage de l'information comptable est essentiel et particulièrement important dans plusieurs types de décisions : la fixation du prix de vente, l'évaluation de la marge de profits, l'évaluation de l'efficacité du système de production, etc.

Pour ces raisons et d'autres, les entreprises doivent se doter du système informatique qui est une des caractéristiques majeures de l'évolution actuelle des systèmes d'information de l'entreprise. Le système d'information comptable est au cœur de cette mutation : il devient une pièce maîtresse du système d'information de l'entreprise en assurant un rôle fédérateur et en garantissant la cohérence des informations comptables aussi bien internes qu'externes, pour servir de base à la prise de décision.

Le système décisionnel dans l'entreprise est un ensemble de données organisées de façon spécifique, facilement accessibles et appropriées à la prise de décision ou encore une représentation intelligente de ces données à travers les outils spécialisés.

La finalité d'un système décisionnel est le pilotage de l'entreprise. Ce processus constitue une synthèse d'informations opérationnelles, internes et externes, choisies selon leur pertinence et leur transversalité fonctionnelle. De ce fait, l'entreprise ne pourra survivre que si elle dispose d'un ensemble d'informations suffisantes (information disponible, pertinente, fiable, précise et récente) pour agir et décider avec efficacité, c'est-à-dire, prendre les bonnes décisions au moment opportun. Son efficacité est étroitement liée à la quantité des informations qu'elle reçoit (2). C'est pourquoi, l'évolution de la direction et de la gestion des entreprises, vers une science du management, a provoqué une transformation (3) non seulement quantitative mais aussi qualitative des besoins en information. C'est ce qui justifie le recours

à des systèmes de représentation. Parmi ceux-ci, la comptabilité occupe de plus en plus une place privilégiée.

La dualité entre l'information et le processus décisionnel contribue à la performance organisationnelle. Une telle relation apparaît plus importante, les dirigeants des entreprises peuvent de moins en moins se fier uniquement à leur intuition, ils doivent donc lui coupler de plus en plus une analyse d'avantage formelle, avec différents outils de gestion de l'information. Il a d'ailleurs, été démontré que l'utilisation de l'information comptable à des fins de décision opérationnelle permettrait de réduire la probabilité de faillite des entreprises (Keasy et Waston, 1991; Graham, 1994) [4]

Malgré l'importance de la contribution des données comptables à la prise de décision, nos entreprises accordent peu ou pas d'intérêt à l'information comptable. Vu les difficultés de l'unité de transformation d'aluminium du groupe d'entreprises des emballages métalliques située à Gué de Constantine-Alger dans la réalisation des bénéfices malgré l'importance de ses produits en termes d'utilité et de qualité sur le marché ainsi que les investissements engagées. Pour ces raisons et d'autres nous avons choisi cette unité pour réaliser notre étude.

2- présentation du modèle hiérarchique

La procédure de l'analyse hiérarchique est particulièrement adaptée dans le cadre de la résolution des problèmes complexes en management. Elle est appliquée à des domaines divers. Elle permet, en fait, de tenir compte des informations objectives détenues par le système d'information de l'entreprise telles que (les études de marché, l'analyse et les résultats comptable etc.).

Le point de départ de la méthode est de définir une arborescence hiérarchique de critères et de sous-critères. C'est une méthode très simple, utilisée pour des problèmes qualitatifs ou quantitatifs. Elle utilise spécifiquement les jugements des managers pour trouver une solution au problème auquel ils sont confrontés.

Elle a été développée par Thomas Saaty (1980)[5]. Plusieurs applications sont publiées sur la procédure de l'analyse hiérarchique telles que: la gestion du portefeuille de produits, la détermination du marketing et le développement de produits nouveaux (Wind et Saaty, 1980) [6] , la définition d'une stratégie de développement industriel (Choffray et Wagner, 1983), mesure de la préférence des programmeurs parmi un ensemble de produits (Mernuka.1984), choix d'un partenaire, définition de la mission de l'entreprise (Merunka, Wagneret cavat.1987).

3- Les hypothèses de recherche

L'étude de l'impact des données comptables sur la prise de décision pose plusieurs défis. A première vue, on pourrait supposer que certains indicateurs utilisés s'influencent entre-eux, comme le prix de revient qui contribue directement à la fixation des prix de vente. A deuxième vue, les supports d'information comptable (les documents de synthèses) répondent aux besoins d'information des entreprises pour la prise de la décision.

4. Présentation de l'unité objet de l'étude

L'entreprise d'emballage métallique (E.M.B) a été créée dans le cadre d'ajustement structurel de la société nationale de sidérurgie (S.N.S) par ordonnance 36/83 du 01 janvier 1983, sous tutelle du Ministère des Industries Légères. Elle est composée de plusieurs unités au niveau national : 04 unités au centre, 03 unités à l'Est et 02 unités à l'Ouest. Nous avons choisi parmi ces unités, l'unité de transformation d'aluminium qui se trouve au Gué de Constantine à Alger. Elle fera l'objet de notre étude empirique sur l'impact des informations comptables pour la prise de décisions stratégiques.

5-Méthodologie de la recherche et échantillon consulté

Pour vérifier nos hypothèses, nous avons élaboré deux questionnaires selon l'analyse hiérarchique : le premier pour la formulation du modèle à travers les relations entre ses indicateurs, le deuxième pour le remplissage qui se fait par ordre qualitatif suivant l'échelle indiquée dans le tableau ci-dessous. Notre échantillon sera composé des directions et des services de l'unité en question, la direction du groupe et la direction de la société de gestion des participations (Transolb) [7].

Tableau N°1 : Tableau de comparaison par échelle[8]

Échelle numérique	Échelle verbale	Commentaires
1.0	Importance égale des deux éléments	Les deux éléments concourent de la même manière à l'objectif.
3.0	Un élément est un peu plus important que l'autre.	L'expérience et le jugement favorisent légèrement un élément par rapport à l'autre
5.0	Un élément est plus important que l'autre.	L'expérience et le jugement favorisent vraiment un élément par rapport à l'autre
7.0	Un élément est beaucoup plus important que l'autre.	Un élément est largement dominant et cette dominance est démontrée dans la pratique
9.0	Un élément est absolument plus important que l'autre.	La dominance d'un élément par rapport à un autre est démontrée et absolue
2.0 ; 4.0 ; 6.0 et 8.0	Valeurs intermédiaires entres deux jugements	Utilisées pour affiner un jugement
Autres valeurs De 0.1 en 0.9		Utilisées pour des graduations de jugement encore plus fines

Pour appliquer le modèle hiérarchique dans l'unité de transformation d'aluminium, nous allons procéder aux étapes suivantes :

- Formulation du modèle,

- Résolution du modèle par Matlab,

- Interprétation des résultats.

5.1) Formulation du modèle

Les résultats de notre enquête sur la formulation du modèle hiérarchique de l'unité en question montrent que plus de 80% des réponses confirment l'existence des relations informationnelles entre les différents niveaux du modèle hiérarchique. A travers ces résultats, nous avons cependant recensé un ensemble d'indicateurs qui nous ont permis de lier les supports d'information (sous forme d'actions) avec l'objectif principal de l'unité enquêtée qui est de réussir l'extension de l'activité de cette unité.

On peut formuler le modèle hiérarchique de l'unité en question pour réussir l'extension de l'activité avec les ventes comme est indiqué dans le graphe n°1 suivant.

Le modèle hiérarchique suivant (graphe n°1) est composé de cinq niveaux ci-dessous :

Pour mieux formuler et analyser les résultats de ce modèle, nous allons désigner par (Nij) : Le niveau (i) du modèle hiérarchique et l'indicateur (j). Exemple (N31) : niveau (3) (indicateur (1) : capacité et gestion de la production).

- Le premier niveau est subdivisé en sous-objectifs suivants: retour rapide sur les investissements (N11), croissance des ventes (N12), niveau de profit (N13) et notoriété de l'entreprise (N14).

- Le deuxième niveau est composé des acteurs suivants : part du marché des produits articles de ménage (N21), part du marché des produits tubes souples (N22), part du marché des produits cafetières (N23) et part du marché des nouveaux produits (N24).

- Le troisième niveau comporte les indicateurs suivants : capacité et gestion de la production (N31), maintenance et remplacement des équipements (N32), capacité organisationnelle (N33), étude et recherche (N34) , coût de production (N35), capacité d'approvisionnement et logistique (N36) et promotion sur les ventes (N37).

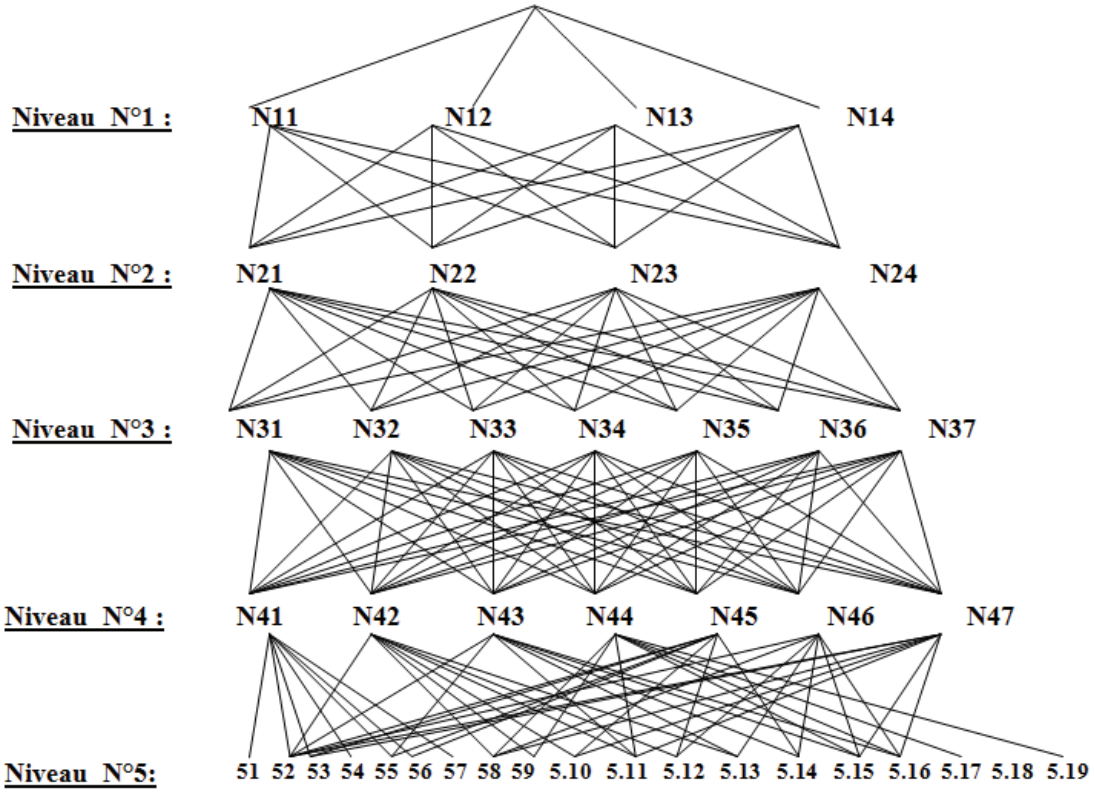
- Le quatrième niveau du modèle représente les actions du modèle : amélioration des outils de production (N41), extension sur les gammes des produits (N42), pénétration des nouveaux marchés (N43), augmentation de la disponibilité des capitaux propres (N44), réduction des coûts de revient (N45), augmentation du budget publicitaire (N46) et amélioration et qualité des ressources humaines (N47). Le cinquième niveau illustre l'influence des informations comptables (les documents de synthèses) sur les actions du modèle. Ces documents

sont indiqués dans le tableau ci-dessous :

Tableau N°2 : Désignation des intitulés des informations comptables

Désignation	Intitulé des informations comptables
N51	Informations du tableau des dettes
N52	Informations du tableau des frais de gestion
N53	Information de compte de résultats
N54	Information du tableau patrimonial
N55	Information du tableau des investissements
N56	Information du tableau des amortissements
N57	Information de la balance générale
N58	Information du tableau des créances
N59	Information sur les entrées en stock des matières premières
N5.10	Information sur consommation des stocks matières premières
N5.11	Information du tableau des fonds propres
N5.12	Information sur le stock des produits finis
N5.13	Information du tableau historique clients /fournisseurs
N5.14	Information du tableau de coût de revient
N5.15	Information du tableau des renseignements divers
N5.16	Informations sur les ventes et prestations
N5.17	Information du tableau des provisions
N5.18	Information sur la situation de la trésorerie
N5.19	Information sur cession des investissements

Graphe N° 01 : Le modèle hiérarchique de l'entreprise enquêtée.



4.2) Résolution du modèle

Pour la résolution du modèle précédent, suivant l'analyse hiérarchique, nous avons effectué une programmation sur « MATLAB 6.1 » pour le calcul des matrices des priorités, programme des fonctions du modèle **(A, CI, λ max, nvmax)**[9], programme pour affichage des résultats et un programme pour déterminer les influences de l'information comptable sur le niveau supérieur.

4.3) Interprétation des résultats

Les programmes précédents nous permettent de visualiser les résultas indiqués dans les tableaux ci-dessous :

Tableau N°03 : Résultats du modèle : influence des sous-objectifs sur l'objectif principal

Type d'objectif à évaluer	Matrice d'évaluation					Résultats	
						Test de la consistance	Vecteur des influences
Réussite de l'extension de l'activité avec les ventes de l'entreprise étudiée		N11	N12	N13	N14	CI=0.058 CR=0.064 λ Max=4.17 CR<0.1 choix consistant	N11=0.637 N12=0.195 N13=0.122 N14=0.044
	N11	1	6	4	8		
	N12	1/6	1	2	6		
	N13	1/4	1/2	1	4		
	N14	1/8	1/6	1/4	1		

D'après les résultats du tableau ci-dessus on constate que le retour rapide sur les investissements : N11, influe 63.7% sur la réussite de l'extension de l'activité avec les ventes de l'unité en question, ce qui explique que les directions consultées dans notre enquête : l'unité, groupe d'entreprises (EMB) et la société des participations d'Etat (SGP) accordent beaucoup d'importance à l'investissement qu'à la répartition des bénéfices (dividende de l'exercice comptable pour le trésor public). Cependant, la croissance des ventes (N12) a un impact de 19.5% sur l'objectif principal. Le niveau du profit et notoriété de l'entreprise (EMB) ont une influence relativement faible sur l'objectif de l'unité.

Tableau N°04 : Résultats du modèle : influence des acteurs sur les sous-objectifs.

Type de sous-objectifs à évaluer	Résultats	
	Test de la consistance	Vecteur des influences
Retour rapide sur les investissements **(N11)**	**CI**=0.048, **CR**=0.0053 **λ Max**= 4.01 **CR**<0.1 choix consistant	N21=0.482 N22=0.271 N23=0.1569 N24=0.088
croissance des ventes **(N12)**	**CI**=0.039 **CR**=.043 **λ Max**= 4.118 **CR**<0.1 choix consistant	N21=0.568 N22=0.252 N23=0.120 N24=0.059
Niveau du profit **(N13)**	**CI**=0.076 **CR**=0.048 **λ Max**= 4..22 **CR**<0.1 choix consistant	N21=0.520 N22=0.296 N23=0.125 N24=0.058
Notoriété de l'entreprise **(N14)**	**CI**=0.048 **CR**=0.084 **λ Max**= 4.22 **CR**<0.1 choix consistant	N21=0.520 N22=0.296 N23=0.125 N24=0.058

Les résultats du tableau n°4 sur les acteurs du modèle indiquent que la part du marché de produits (articles de ménages : N21=0.482) dans l'entreprise étudiée a un impact de 48.2% sur le retour rapide sur les investissements. Donc, 48.2% des bénéfices réalisés à travers la vente des produits (articles de ménage) sont destinés aux investissements. Elle a également une influence de 56.8% sur le sous-objectif (croissances des ventes). Ce dernier nous confirme que l'unité en question encourage considérablement la vente de produits (articles de ménage). Toutefois, la part du marché du produit « Tubes souples: N22 » influe 27,1% sur le retour sur les investissements (les nouveaux investissements), 25,2% sur la croissance des ventes, 29,6% sur les bénéfices réalisés et 29.6% sur la notoriété de l'entreprise. Cependant, les parts du marché des produits: cafetières et nouveaux produits ont une faible influence sur les sous-objectifs précédents.

Suivant ces résultats, la réalisation des sous-objectifs précédents dépendent essentiellement de la part du marché des produits : articles de ménage et tubes souples. Ceci nous confirme le problème complexe de l'unité étudiée sur l'extension de l'activité.

Tableau N°05: Résultats du modèle sur les acteurs.

Type d'actions à évaluer	Résultats	
	Test de la consistance	Vecteur des influences
Part du marché des articles de ménage (N21)	CI=-0.008 CR=-0.0064 λ Max= 6.94 CR<0.1 choix consistant	N31=0.307 N32=0.147 N33=0.027 N34=0.220 N35=0.188 N36=0.061 N37=0.039
Part du marché des tubes souples en aluminium. (N22)	CI=-0.008 CR=-0.0064 λ Max= 6.94 CR<0.1 choix consistant	N31=0.307 N32=0.147 N33=0.027 N34=0.220 N35=0.188 N36=0.061 N37=0.039
Part du marché de produits « Cafetières » (N23)	CI=0.039 CR=.043 λ Max= 4.118 CR<0.1 choix consistant	N31=0.307 N32=0.147 N33=0.027 N34=0.220 N35=0.188 N36=0.061 N37=0.039
Part du marché des nouveaux produits (N24)	CI= 0.09 CR=0.077 λ Max= 7.586 CR<0.1 choix consistant	N31=0.352 N32=0.162 N33=0.041 N34=0.230 N35=0.120 N36=0.061 N37=0.027

Conformément aux résultats de notre étude sur l'influence des indicateurs du modèle sur les acteurs, on constate dans le tableau (N°05) que, l'indicateur sur la capacité et la gestion de la production (N31=0.307) joue un rôle considérable sur la part du marché de produits articles de ménage dans l'unité étudiée avec un taux d'influence de 30.7%. Néanmoins, la promotion des ventes (N31) a une influence relativement faible sur la part du marché du produit précédent variant entre (2% à 3.9%). De ce fait, cette unité combine beaucoup entre les capacités (les moyens de la production) et la gestion de la production pour satisfaire la demande du marché.

Tableau N°06: Résultats du modèle : influences des actions sur les indicateurs.

Type d'actions à évaluer	Résultats	
	Test de la consistance	Vecteur des influences
Amélioration des outils de production **(N41)**	**CI**=0.093 **CR**=0.071 **λ Max**= 7.56 **CR**<0.1 choix consistant	N51= 0.293 N52=0.199 N53=0.240 N54=0.251 N55=0.121 N56=0.062 N57=0.046
Extension sur les gammes des produits **(N42)**	**CI**=0.019 **CR**=0.0143 **λ Max**=7.11 **CR**<0.1 choix consistant	N52= 0.297 N58=0.153 N59=0.026 N5.10=0.223 N5.11=0.188 N5.12=0.071 N5.13=0.038
pénétration des nouveaux marchés **(N43)**	**CI**= 0.101 **CR**=0.076 **λ Max**= 7.60 CR<0.1 choix consistant	N5.14= 0.333 N55=0.192 N5.15=0.037 N5.11=0.216 N5.16=0.123 N5.13=0.062 N52=0.033
Augmentation de la disponibilité des capitaux propres **(N44)**	**CI**= 0.019 **CR**=0.014 **λ Max**= 7.11 **CR**<0.1 choix consistant	N58= 0.158 N59=0.290 N5.11=0.026 N5.15=0.224 N5.16=0.183 N5.17=0.071 N5.19=0.038
Réduction des coûts de revient **(N45)**	**CI**= 0.043 **CR**=0.033 **λ Max**= 7.26 **CR**<0.1 choix consistant	N52= 0.259 N53=0.025 N55=0.096 N56=0.227 N5.10=0.073 N5.12=0.195 N5.14=0.120
Augmentation du budget publicitaire **(N46)**	**CI**= 0.073 **CR**=0.055 **λ Max**= 7.43 CR<0.1 choix consistant	N52= 0.240 N58=0.252 N5.12=0.026 N5.13=0.192 N5.14=0.169 N5.15=0.078 N5.16=0.041
Amélioration et qualité des ressources humaines **(N47)**	**CI**= 0.083 **CR**=0.062 **λ Max**= 7.49 CR<0.1 choix consistant	N52= 0.226 N53=0.029 N58=0.159 N5.10=0.220 N5.11=0.073 N5.15=0.168 N5.16=0.121

Les actions du modèle dans le tableau précédent (tableau n°6) enregistrent que :

- L'extension sur les gammes des produits (N42) et l'augmentation de la disponibilité des capitaux propres (N44) influencent respectivement l'indicateur « capacité et gestion de la production » de 30.4%, et 22.4%, contrairement aux autres actions qui ont une influence très faible.

- La maintenance et le remplacement des équipements sont influencés par la pénétration de nouveaux marchés (N43) avec un taux de 36.7%. De ce fait, les équipements de production sont utilisés pour répondre à la demande du marché. Cette influence nous confirme l'objectif principal de l'entreprise étudiée sur l'extension de l'activité.

- L'amélioration des outils de production (N41), l'extension de la gamme des produits (N42) et l'augmentation de la disponibilité des capitaux propres (N44) influencent respectivement 27.9%, 26.1% et 20% sur l'indicateur « étude et recherche ».

- La capacité d'approvisionnement et logistique sont fortement liées à l'amélioration des outils de production (N41) de 47% et à l'extension sur les gammes des produits (N44) de 24.9%. La promotion des ventes influence sur l'extension sur les gammes des produits (N44) de 38%.

- Les réponses collectées, par l'entreprise en question, sur l'évaluation des informations comptables utiles pour la prise de décision à travers les actions du modèle montrent que :

- Les informations comptables relevées dans le tableau des dettes (N51), tableau des comptes de résultats (N53) et tableau des mouvements patrimoniaux (N54) influencent, respectivement, de 29.3%, 24% et 25% sur l'action : amélioration des outils de la production.

- Les informations comptables exploitées pour réaliser l'extension sur la gamme des produits (N42) sont extraites des supports d'informations suivants : à concurrence de 29.7% du tableau de frais de gestion (N52), de 22% du tableau de la consommation des matières premières (N5.10) et une faible extraction de 3.8% des informations du tableau client-fournisseur (N5.13) qui est, pourtant, très riche en informations.

- La pénétration de nouveaux marchés (N43) est une action importante dans cette entreprise. Toutefois, les informations comptables liées à cette action, sont extraites à un taux de 33% dans le tableau du coût de revient (N5.14) et 21.6% du tableau des fonds propres (N5.11).

- L'amélioration et la qualité des ressources humaines (N47) sont indispensables dans l'entreprise enquêtée. Etant donné que cette action est liée au processus de production et au processus décisionnel de l'entreprise. D'après les résultats du tableau n°5, les informations comptables exploitées pour cette action sont extraites à 22.6% du tableau des frais de gestion (N52) et du tableau sur la consommation des matières premières (N5.10) à concurrence de 8.77%.

Tableau N°07 : Impact des informations comptables sur la réussite de l'extension avec les ventes.

Désignation	Intitulé des supports d'information comptables	Impact des informations sur l'objectif principal
N51	Informations du tableau des dettes	0.0169
N52	Informations du tableau des frais de gestion	0.0085
N53	Information de compte de résultats	0.0635
N54	Information du tableau patrimonial	0.0652
N55	Information du tableau des investissements	0.0914
N56	Information du tableau des amortissements	0.0311
N57	Information de la balance générale	0.0262
N58	Information du tableau des créances	0.0601
N59	Information sur les entrées en stock des matières premières	0.0411
N5.10	Information sur consommation des stocks matières premières	0.0877
N5.11	Information du tableau des fonds propres	0.0351
N5.12	Information sur le stock des produits finis	0.0649
N5.13	Information du tableau historique clients /fournisseurs	0.0862
N5.14	Information du tableau de coût de revient	0.0688
N5.15	Information du tableau des renseignements divers	0.0389
N5.16	Informations sur les ventes et prestations	0.0621
N5.17	Information du tableau des provisions	0.0771
N5.18	Information sur la situation de la trésorerie	0.0564
N5.19	Information sur cession des investissements	0.0188

Les actions illustrées au quatrième niveau du modèle hiérarchique sont influencées par l'information comptable dans l'entreprise enquêtée, les taux des influences sont indiqués dans les tableaux ci-dessus. On constate a travers les résultats de ce tableau, que tous les supports d'informations comptables influent sur la réussite de l'extension de l'activité avec les ventes de unité de transformation d'aluminium, les taux d'influence varient de (0.85 % à 9.14%). Toutefois, les informations du tableau des investissements, du tableau de la consommation des matières premières et le tableau historique clients-fournisseurs ont des taux d'influence relativement élevés, ces taux sont respectivement, de N55= 9,14% N5.10= 8.77% et N5.13= 8.62%. De ce fait, la réussite de l'extension de l'activité de l'entreprise enquêtée est en forte relation avec les investissements réalisés à long terme.

Pour réussir l'extension de l'activité avec les ventes, l'unité en question doit exploiter les informations extraites des tableaux : de la consommation des matières premières, de l'historique clients-

fournisseurs et d'autres informations citées dans le tableau ci-dessus.

5. Conclusion

L'objectif de cette recherche est d'assister les dirigeants de l'entreprise enquêtée pour améliorer la qualité et l'usage de l'information comptable à la prise de décision. Cette étude nous a permis de montrer que l'évolution et la complexité croissante de l'entreprise face à des besoins d'information sans cesse croissants, rend sa gestion de plus en plus difficile à assurer. En conséquence, ses dirigeants doivent fournir des efforts continuels pour améliorer la qualité de l'information et créer de nouvelles méthodes de management, afin de permettre à l'entreprise de mieux s'adapter au changement qui s'opère dans son environnement et d'assurer sa survie.

En effet, cette étude empirique nous a conduit à constater que l'information comptable permet à l'entreprise étudiée d'analyser les informations clés dans la prise de décisions.

Toutefois, le système d'information comptable produit des supports d'information destinés non seulement à l'administration et aux autorités fiscales mais aussi aux dirigeants des entreprises pour servir de base à la prise des décisions de gestion.

D'après les résultats de cette étude, les supports d'information comptables (les documents de synthèses) ont un impact considérable sur la prise des décisions dans le modèle étudié. Ce qui explique l'importance des informations comptables pour la prise des décisions. Ce constat s'applique aux entreprises publiques en général et particulièrement à l'unité qui a fait l'objet de notre enquête. De même, les résultats de la présente étude nous ont permis, de conclure globalement que l'information comptable a une influence directe et indirecte sur la prise de décision.

En général, les résultats obtenus nous ont permis de confirmer nos hypothèses associées à la conception et à l'impact des supports d'information comptable pour la prise de décisions dans l'entreprise enquêtée. Ces résultats constituent une base de données, permettant à cette entreprise d'apprécier l'influence, la dépendance et l'impact de l'information comptable à la prise de décision.

Les supports d'information comptable précédents doivent être appréciés compte tenu des limites de la présente étude notamment l'insuffisance du contrôle interne de l'information. En effet, en l'absence de vérification, les informations produites ne sont pas fiables, ce qui peut entraîner des décisions inefficaces.

De plus, les ajournements de l'enregistrement et du traitement de l'information retarderont la diffusion de l'information et la prise de décision au moment opportun. Nous avons également constaté que certaines données comptables différentes d'un support à l'autre, d'où l'importance et les limites de l'information comptable pour la prise de décisions dans l'entreprise enquêtée.

Pour éviter toute confusion et toute ambiguïté, la saisie des opérations comptables doit être clairement établie et doit comporter, au besoin, des commentaires ou des notes explicatives(les annexes).

Compte tenu des limites soulevées ci-dessus, la présente étude ouvre la voie à des recherches ultérieures telles que la gestion optimale de l'information, le coût et la capacité de communication de flux d'information pouvant améliorer éventuellement le processus de décision dans l'entreprise.

Bibliographie (ouvrages, thèses et revues)

1. Apothéloz Bernard, Alfred Stettler « Maîtriser l'information comptable » Volume N°1 université Romandes 2002.

2. ARLETTE YATCHINOVSKY ; l'approche systémique pour gérer l'incertitude et la complexité ; Ed : ESF, Paris 1999.

3. Abtey B.H et A. Vinay « contrôle de la gestion stratégique de l'entreprise » approche par les systèmes d'information éd: technique, Paris 1984.

4. BERATLANFFY L. V. « Théorie générale des systèmes », Edition : Dunod, Paris, 1994.

5. BONAMI DE HENNIN BOQUE – LEGRAND « management des systèmes complexe » BRUXELLES 1993.

6. BOUTINE M. OUKIL M., SALAH M., et LALLALI A. « Autonomie des entreprises publiques économique », Gestion et prise de décision dans le cadre de l'approche systémique. Edition OPU; Alger, 1994.

7. BOUGHAB Abdallah A, « comptabilité générale » OPU, Alger 1994,P.11

8. CHURCHMAN C.W. « Qu'est ce l'analyse parles système ? », Edition Dunod. Paris 1994.

9. Charrron J.L, S.Separi « organisation et gestion de l'entreprise » éd : Dunod paris 2001.

10. CELCE Georges ; l'entreprise et la banque. Ed : Techniques 1983.

11. Courbon Jean Claude « Système d'information : structuration,

modélisation et communication » p48

12. DAVIS G.B., « fondements conceptuels des systèmes d'information », ed : Student 1984.

13. Darbelet M.; L.izard « Notions fondamentales de gestion d'entreprise » éd: Foucher ; Paris 1995.

14. Demeestere R. ; Comptabilité et gestion des performances ; éd : DUNOD, Paris 2004

15. DE ROSNY J., Le macroscope, ed : Du seuil Paris 1975.

16. Ernst Christian, les systèmes expert de gestion : Banque, Finance, Marketing ; éd : Eyrolles ; Paris 1988.

17. Accart Jean–Philippe « la mise en ouvre du knowledge management dans l'entreprise ». 2002.

18. BERGADAA Michelle, Le cadre temporal de la décision en entreprise, mars 1998.

19. Chevalier Jacques « la fonction comptable : synthèse des résultats de l'enquête benchmarking » 2004.

20. Claire Eresal Yasemin, Temel Oncan Murat Levent Demircan, Determining Key capability in technology management using fuzzy analytic hierarchy process: A case Study of Turkey, revue Information system Novembr 2005.

21. CHPELLIER Philippe, comptabilité et système d'information du dirigeant de PME, thèse de doctorat, université de Montpellier II 1994.

22. Colin T. et Sehmidt, le fondement des connaissances décisionnelles de l'agent, une approche dite » système cognitif » appliquée au contexte de la conception. LA SORBONNE 2000.

23. DATA Société « système d'information décisionnel : les enjeux et les risques » 2002.

24. Dudouit Patrick « le système d'information » ; Surfadbiz 2004.

25. ELAMRANI AMINA « Apport de l'orientation objet au système d'information comptable » Thèse de doctorat ; université de Rennes 1994.