

*République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique*

**UNIVERSITE ABDDERHAMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES**

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de master en sociologie

Option: sociologie du travail et des ressources Humaines

Thème:

**L'impacte des technologies de l'information et de la communication
sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise.**

Cas pratique : PASTA WORLD

Réalisé par:

M :YMMELI Adel

M :GUESSOUM Mohand zine

- Encadré par:

***Mme :LANANE
Massika***

Année universitaire 2016/2017

Remerciement

En premier lieu, nous remercions

Dieu, le tout puissant qui nous a permis d'achever ce travail.

Nous tenons à remercier aussi :

Notre encadreur, LANANE MASSIKA pour ses conseils.

Tous les enseignants qui ont contribué à la réussite de notre formation universitaire.

L'ensemble des travailleurs de l'entreprise
PASTA WORLD En particulier, notre promoteur Mr. A.MENAD

Tous ceux qui nous ont aidés de près ou de
loin dans la réalisation de ce mémoire

Dédicaces

Je tiens à dédier ce travail :

A mes très chère parents pour leur soutiens et aides , que souhaiter une heureuse et longue vie.(mon père djamal et ma mère rezkja).

A mes très chère sœurs :lamia,samira,sabrina.

A toute ma familles : tontes, oncles, cousines, cousins, petit et grand.

*A mes chers amis : juba, said, bilal, younes, smail, massi, nonor,adel, kiki, arezki, yacine
yaya, faycel, massinissa ,nabil, farid, kheyar.La liste est longue.*

A mon binôme mohand zine et sa familles

A tous mes amis de près et de loin, qui m'ont soutenu pour réaliser ce travail.

ADEL

Dédicaces

Je tiens à dédier ce travail :

A la mémoire de ma mère qui m'a conseillé jusqu'au dernier souffle de sa vie

A mon père qui m'a montré le chemin du bonheur.

A mes chère frères et soeur qui m'ont soutenu.

A toute ma familles : tontes, oncles, cousines, cousins, petit et grand.

A mes chers amis : Ahcen, farouk, bassissa, said, omar, massi lou, nonor, massi, adel, kiki, arezki, faycel, fateh, aziez, sissa mucucu, chibane, G117, la liste est longue.

A mes copains de chambre : Momen, yanis, rabeih.

A mon binôme adel et sa familles

A tous mes amis de près et de loin, qui m'ont soutenu pour réaliser ce travail.

Mohand zine

Liste des tableaux :

N°	Titre	Pages
Tableau 1	la répartition des membres de la population d'étude selon le sexe.	39
Tableau 2	la répartition des membres de la population d'étude selon l'âge.	40
Tableau 3	la répartition des membres de la population d'étude selon le niveau d'instruction.	41
Tableau 4	la répartition des membres de la population d'étude selon la situation matrimoniale.	42
Tableau 5	la répartition des membres de la population d'étude selon le poste occupé.	43
Tableau 6	la répartition des membres de la population d'étude selon la disponibilité du micro-ordinateur dans leur poste.	44
Tableau 7	la répartition des membres de la population d'étude selon la disponibilité des logiciels dans l'exécution des tâches.	45
Tableau 8	la relation entre l'existence d'un réseau interne pour le partage de l'information et les conditions de travail qui motive le plus.	46
Tableau 9	la répartition des membres de la population d'étude selon la connexion à internet.	48
Tableau 10	la relation entre l'âge et la connexion à internet.	49
Tableau 11	la répartition de la population d'études selon la relation entre la réalisation des fonctions via internet et le poste occupé.	51
Tableau 12	la répartition des membres de la population d'étude selon l'acquisition d'une formation complémentaire des TIC.	52
Tableau 13	la répartition de la population d'études selon leurs avis pour l'élargissement du champ de l'intégration des TIC dans votre entreprise.	53

Tableau 14	la répartition des membres de la population d'étude selon le degré de la motivation au sein de l'entreprise.	54
Tableau 15	la répartition des membres de la population d'étude selon les conditions de motivation.	55
Tableau 16	la répartition de la population d'études selon les outils qui permettent d'assurer un bon rendement.	56
Tableau 17	la répartition de la population d'études selon la relation entre le salaire convenable a leurs efforts et leurs situations matrimoniales.	57
Tableau 18	la relation entre le niveau d'instruction et le degré de motivation au sein de l'entreprise PASTA WORLD.	58
Tableau 19	la relation entre l'utilisation d'un logiciel dans l'exécution des taches et les outils qui permettent d'assurer un bon rendement.	59

Liste des abréviations

Les abréviations	Le sens
FTP	File Transfert Protocol
ISP	Internet Service Provider
IP	Internet Protocol
GRH	Gestion des Ressources Humaines
GPEC	Gestion des Emplois et des Compétances
NTIC	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
TIC	Technologie de l'Information et de la Communication
PME	Petites et Moyens Entreprises
URL	Uniforme Ressource Loucater (localisation uniforme de recherche)
WWW	World Wide Web

Sommaire

Introduction :

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche.

1. Les raisons du choix du thème.....	03
2. Les objectifs du choix du thème.....	03
3. La problématique.....	04
4. Les hypothèses de la recherche.....	07
5. Définition des concepts.....	08
6. Pré-enquête.....	10
7. La méthode et les techniques utilisées	10
8. La population mère.....	12
9. L'identification de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage.....	13
10. Le déroulement de stage et les obstacles rentrés	14

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication.

1. Les Technologies de l'information et de la communication.....	15
2. Historique des TIC.....	17
3. Typologies des TIC	19
3.1 L'internet	20
3.2 le web WORLD WIDE WEB.....	20
3.3 Intranet.....	22
3.4 Extranet.....	23
3.5 Groupware.....	24

3.6 workflow.....	24
4. Les avantages des TIC.....	25
5. Les inconvénients des TIC.....	26

Chapitre III : le rendement.

1. Définition de rendement.....	27
2. Les déterminants et les composants du rendement.....	28
3. La gestion du rendement.....	28
4. Les types du système de gestion du rendement.....	29
5. Les facteurs influençant le rendement humaines.....	30
6. Le rendement de la productivité physique de travail.....	33
7. Un appui sur l'amélioration du rendement	33
8. Les déterminants de la performance du rendement au travail	35

Chapitre IV : partie pratique.

Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil

1.1. Historique de l'entreprise mère.....	37
1.2. Historique de PASTA WORLD	37
1.3. Présentation des différents services	38

Section 2 : interprétation et l'analyse des résultats .

2.1. Analyse unidimensionnelle et bidimensionnelle.....	39
2.2. Vérification des hypothèses.....	59
2.2.1. Première hypothèse.	
2.2.2. Deuxième hypothèse.	

Conclusion.

Listes bibliographique.

Introduction

L'évolution technologique de ces dernières années a conduit les sociétés modernes à adopter de nouvelles habitudes face au travail.

Les employeurs cherchent la perfection dans leur domaine et ceci dans le souci d'augmenter la productivité. Ils exigent de leurs employés des connaissances plus accrues.

L'outil informatique, faisant partie du quotidien de tout travailleur devient de ce fait, le compagnon idéal de l'homme dans le monde du travail tout en lui facilitant certaines tâches qui jadis paraissaient comme des corvées.

Grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) les liens entre les entreprises deviennent de plus en plus étroits et les métiers se transforment, ainsi le monde du travail devient plus petit grâce aux rapprochements issus des (NTIC).

De ce fait, les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettront à l'entreprise qui s'en équipera de réduire ses coûts et ses besoins en capitaux, d'améliorer sa réactivité, de pouvoir s'accaparer de nouveaux marchés notamment par le biais de bon alliés, de pouvoir travailler plus simplement et plus efficacement avec ses partenaires (gestion de projets ou des ressources, sous-traitants et ce sans contraintes de distances), d'être en mesure de mieux servir la société et d'être mieux informés sur la concurrence et les évolutions technologiques.

En effet, pour que ces technologies soient aussi rentables qu'elles le prétendent il faut que l'entreprise désireuse de s'en équiper passe au crible sa stratégie Internet et identifie les facteurs à considérer avant de s'y lancer.

C'est dans ce cadre que s'inscrit notre travail de recherche ayant pour objet de découvrir l'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise PASTA WORLD.

Afin d'avoir les informations sur cet intitulé, nous avons réparti notre travail en cinq chapitres, qui se résument comme suit :

Le premier chapitre traite le cadre méthodologique de la recherche.

Dans ce dernier, nous optons à démontrer qu'elles sont les raisons et les objectifs du choix de thème, la problématique, les hypothèses, les concepts, la pré-enquête, la méthode, les techniques utilisées, la méthode d'échantillonnage et l'identification de l'échantillon et la population d'étude.

Le deuxième chapitre traite les technologies de l'information et la communication (TIC).

Le troisième chapitre est consacré au rendement des salariés.

Le quatrième chapitre est dédié pour la présentation de l'organisme d'accueil. Nous essayons d'établir une vision globale sur l'entreprise PASTA WORLD.

En fin le cinquième chapitre présente l'analyse et l'interprétation des résultats ainsi que la vérification des hypothèses.

Chapitre I : le cadre méthodologique

Ce premier chapitre avec lequel on commence notre recherche contient généralement le cadre méthodologique de l'étude. On parle du cadre conceptuel dans la première section expliquant les raisons du choix du thème et les objectifs de la recherche, la problématique, les hypothèses et bien aussi la définition des concepts de base, la pré-enquête, comme toute recherche, on explique également la méthode à suivre afin d'atteindre au mieux l'objectif visé. En dernier lieu, on inclura les limites de cette recherche on l'effectuant sur le terrain.

1. Les raisons du choix du thème :

- Nous avons choisi de traiter ce thème qui a bouleverser le monde du travail récent.
- Essayer de montrer et d'analyser sociologiquement l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le rendement des salariés dans l'entreprise.
- Découvrir les efforts fournis par l'entreprise vis-à-vis des salariés en vue de satisfaire leurs besoins.
- Nous familiariser avec le terrain en rassemblant les informations relatives à notre thème.

2. Les objectifs du choix du thème :

Nous essayerons au cours de notre présente étude, de montrer l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise « *Pasta world* ».

- ✓ Déchiffrer l'impact des NTIC sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise.
- ✓ Confronter ce qui dit la doctrine et les experts, ce qui se passe concrètement au sein des entreprises.
- ✓ Savoir aussi est ce que l'entreprise a accordé une importance aux TIC c'est à dire (montrer la réalité des NTIC au sein de l'entreprise et son évaluation).

3. La problématique:

La gestion des ressources humaines prend une place stratégique dans l'organisation des entreprises, elle s'intéresse à la ressource la plus importante qui est l'homme, c'est lui qui produit, gère et consomme.

La gestion des ressources humaines comprend deux champs d'application : la relation d'emplois, qu'elle soit individuelle ou collective (Management ressources humaines et culture d'entreprise, condition du travail, la rémunération, relations professionnelles et la communication), et la gestion des emplois et des compétences (GPEC), recrutement, mobilité, évaluation, formation, professionnelle et marketing RH, donc la GRH couvre un périmètre d'investigation très large en termes fonctionnels mais aussi en termes d'intervention et de disciplines mobiliser pour la motivation des salariés.¹

Cette conception du facteur humain fait de lui un capital qu'on doit savoir rentabiliser, et un investissement plus bénéfique sur lequel beaucoup de spécialisations en sociologie du travail, de gestion et de psychologie, se sont concentrés dans leurs recherches sur la productivité, le rendement et les conditions du travail.

L'entreprise pour défendre son existence et pour gagner des parts de marché, doit faire face aux différents obstacles causés par l'environnement de cette dernière, elle doit être concurrentielle, donc adopter des politiques de production et de commercialisation plus évoluées, pour faire face à des obstacles. Pour la réalisation des objectifs, l'entreprise doit élaborer une stratégie qui consiste à combiner des objectifs qu'elle s'est donnée et des moyens qu'elle utilise pour les atteindre à partir d'une analyse de son environnement et cela grâce à une direction des ressources humaines.

Au cours de dernières décennies, à l'heure de la mondialisation, les entreprises ont assisté à une nouvelle vague révolutionnaire: celle de l'information, cette dernière s'est dopée avec l'essor de ce qu'on appelle les technologies de l'information et de la communication (TIC).

L'internet a connu un développement fulgurant en standardisant et en simplifiant les échanges d'informations électroniques ainsi que l'accès à celles-ci. « L'internet pousse à l'accroissement des capacités des réseaux et de manière plus générale des moyens de communication, dont le coût marginal, tendent vers zéro. Elle pousse aussi à rendre l'information gratuite pour les individus et donc à rechercher d'autres modèles économiques pour en assurer la productivité (et donc sa rentabilité).²

¹ Eling, NICOLAS **Gestion des ressources humaines**, édition Dunod, Paris, 2014, p1

² www.memoireonline.com/.../m_L'impact-des-TIC-sur-l'entreprise8.html, consulté le 25/12/2016 à 11h.

Les nouvelles applications de l'information des ressources humaines ont fait émerger un nouveau concept(e-GRH) en impliquant de nouvelles méthodes du travail qui permettent de recentrer les activités de la gestion des ressources humaines (GRH), et ceux pour mettre a disposition un service de qualité aux travailleurs, car de nouvelles attentes des salariés sont apparues depuis déjà quelques décennies celui-ci ont comme un but l'amélioration des conditions du travail de la qualité de vie dans le milieu du travail.

D'après **XINGJIAN Gao** « si l'homme a besoin du langage, ce n'est pas seulement pour communiquer du sens, c'est en même temps pour écouter et reconnaître son existence ». A cet effet la communication interpersonnelle joue un rôle crucial et peut faire en sorte que l'interaction soit utile grâce aux nouvelles technologies d'information et de communication ou au contraire a l'absence de ces dernières, elle est une forme de la communication interne, elle existe dans toute entreprise dans le but de reconnaître les métiers des uns et des autres ainsi que de valoriser le personnel et ses aptitudes.¹

L'idée générale de rendement qualifie la manière dont une action, un procédé de transformation, un processus, dans lequel on a initialement entre quelque chose retourne le résultat prévu ou attendu, avec l'idée que ce rendu, retour, renvoi peut être plus en moins performant du fait de l'existence d'imperfection, de déchets, d'inertie.

Ainsi, le terme de rendement exprime de façon concrète et générale sous la forme d'un ratio entre le résultat obtenu et le nombre d'outils nécessaire a son efficacité, va dans la pratique être décliné selon des formulations différentes pour correspondre le plus étroitement et le plus fidèlement possible aux paramètres réels de chaque activité.²

L'appréciation du rendement est une activité de gestion des ressources humaines, qui permet de prendre de recul et de créer un temps d'arrêt privilégié pour regarder l'évolution de l'employé ainsi que celle de gestionnaire en fonction de l'environnement, du contexte et de la culture de l'organisation.

¹ Gao XINGJIAN, extrait du discours de la réception de prix Nobel, décembre 2002.

² Dictionnaire d'économie et sciences sociales sous la direction de CD Echaude maison, Hathan, Paris1993.

Chapitre I : le cadre méthodologique

Evaluer le rendement « *c'est analyser la performance du personnel misant sur le maintien de la satisfaction au travail toute en favorisant la progression professionnelle* ».

Ce moment donne l'occasion de souligner les points positifs, tout en abordant également les éléments qui nécessitent une amélioration.

La motivation au travail est décrite comme une énergie qui détermine un type de comportement et la constitution du rendement. Ce qui motive les hommes au travail constitue aujourd'hui un élément très important dans la gestion des ressources humaines. Les responsables des entreprises efforcent pour connaître les stratégies à mettre en œuvre et les facteurs de motivation afin d'assurer un bon rendement.

L'employé souhaitera obtenir une reconnaissance de ses compétences et de ses efforts de même qu'une oreille attentive à ses idées.

Afin de s'assurer qu'il n'y ait pas seulement une évolution au cours de l'année, il est nécessaire de se doter d'un processus de concertation continue .en précédent ainsi au cours de l'année, cela permet d'effectuer un suivi plus efficace de la progression des employés et de reconnaître plus spécifiquement leurs contributions. Dans un souci de déterminer des critères de performances, valides et représentatifs. Les organisations devraient demander aux employés de faire ressortir, en collaboration avec le supérieur, immédiat des critères de performances adaptées à l'heure réalité et à partir desquels ils seront évalués.

L'entreprise se sert de différentes technologies de l'information et de la communication, pour cela on essaye de voir : comment les TIC influencent sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise ? Autrement dit quel est l'impact de ces TIC sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise ?

4. Les hypothèses de la recherche:

Il est important aussi de signaler que « *l'hypothèse procure a la recherche d'un fil conducteur particulièrement efficace qui, a partir du moment où elle est formulée, remplace la question de recherche dans cette fonction, même si celle-ci doit rester présente a l'esprit* »¹

« *Une hypothèse est une proposition provisoire concernant une situation inconnue, dont on vérifie la validité selon une méthode quelconque, soit par déduction logique des conséquences qui peuvent être comparées a ce qui est connu, soit par investigation expérimentale direct ou par découverte de faits sous-entendus par l'hypothèse et auparavant inconnus* ».²

De ce fait, on formule les hypothèses de manière à pouvoir vérifier l'impact des technologies de l'information et de la communication sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise PASTA WORLD.

Les présentes hypothèses émises dans cette recherche, sont le fruit d'un jumelage entre des lectures approfondies autour de notre sujet de recherche, et les résultats d'une pré-enquête auprès d'un échantillon réduit d'un effectif appartenant a l'entreprise (Pasta world) , ainsi les hypothèses sont les suivantes :

Hypothèse1 : Les TIC jouent un rôle essentiel sur le rendement des salariés.

Hypothèse 2 : Les TIC ont un impact direct sur la performance dans l'entreprise.

¹ Raymond QUIVY, « **Manuel de recherche en sciences sociales** », édition DUNOD, 3eme édition, Paris, 2006, pp 113-114

² Annexe A de la circulaire d'information 86-4 du 24 Mai 1994 (canada) ; (RS et DE)

5. Définition des concepts :

La définition des concepts a pour résultat d'explicitier le caractère des données classées sur un concept donné. En un mot, il s'agit de préciser les différents termes de la recherche.

Le concept a une structure mentale réunissant certaines caractéristiques constantes de la réalité. La connaissance de ces caractéristiques permet à la fois de reconnaître l'objet ou le phénomène et de le distinguer des autres.¹

5.1 Les TIC :

Beaucoup de personnes n'arrivent pas à cerner et ignorent ce que veut dire les technologies de l'information et de la communication.

*« Les technologies de l'information et de la communication en-elles-mêmes n'ont rien de nouveau. Leur socle technique est constitué d'éléments qui existent depuis longtemps, à savoir le téléphone, l'ordinateur, le satellite, la fibre optique, la numérisation et les techniques audiovisuelles ».*²

D'après Brunet et Ferras « l'ensemble désigné par l'expression TIC est issu de la convergence de l'information, de l'audiovisuel et des télécommunications : il résulte donc de l'intégration et du rassemblement d'éléments dans une unité nouvelles ».³

En d'autres termes, les technologies de l'information et de la communication regroupent l'ensemble des outils audiovisuels et numériques pilotés et mis en place par une entreprise pour mieux consolider sa politique de communication notamment, et logiciel de gestion intégré, le circuit d'approbation...etc.

5.1.1 Définition opérationnelle :

Elles regroupent les techniques principalement de l'information et de la communication qui permettent aux utilisateurs de communiquer et de produire et transmettre les informations.

¹ Ambroise ZAGRE, *Méthodologie de recherche en sciences sociales*, L'Harmattan, Paris, 2013, p70

² Djamel TAKABAÏT, *Les TIC et la dynamique territoriale de développement : étude de l'usage des TIC dans les PME de BEJAÏA*. Mémoire magistère en sciences économiques, Université de Bejaïa, 2010-2011, p23

³ Ibid. p23

5.2 : Technologie

« Elle est la combinaison de ressources de connaissances et de technologies, qui permettant a une organisation de créer un produit ou un service, la concurrence entre la structure et la technologie est un élément majeur de succès de l'organisation »¹.

5.2.1 : Définition opérationnelle :

Le concept technologie désigne l'ensemble des techniques, méthodes, outils basés sur des mécanismes technologiques et qui sert à l'analyse et l'étude des objets d'une façon automatique.

5.3 L'information :

la notion d'information doit être distingué de données par information « tout communication ou représentation d'une connaissance. (Ensemble de données, opinions, faits) transmissent par n'importe qu'elle media textuel, numérique, graphique, narratif, cartographie, ou audiovisuel »².

5.4 Communication :

« L'ensemble des processus par lesquels s'effectuent les échanges d'information et de signification entre des personnes dans une situation sociale donnée ».

5.5 Le rendement :

« La notion de rendement utilisée pour mesurer et présenter la productivité d'un facteur de production (travail, capital, terres), c'est-a-dire la quantité de production réalisée par une unité de facteur. On peut ainsi calculer le rendement d'un salarié (nombre de pièces réalisées par un salarié ou nombre de pièces réalisées pendant une heure de travail). Le rendement d'une machine (nombre de pièces réalisées pendant une heure de fonctionnement de la machine) ou le rendement d'une terre nombre des quintaux de blé a l'hectare »³

Le rendement est une proposition entre le résultat obtenu et les moyens utilisés, il s'agit du produit ou de l'utilité qui rend une personne ou rapporte une chose donné appliqué une personne, ce terme désigne également l'épuisement ou la faiblesse.

¹ Melissa SAADOUN, Avec le Temps, édition d'organisation, Paris, 1998, P156.

² Melissa SAADOUN, ibid., P 297.

³ Dictionnaire d'économie et de science social, édition actualisé, Paris, juin, 2002,p342

6. Pré-enquête :

Pour pouvoir réaliser notre travail de recherche, on a commencé tout d'abord par une pré-enquête, qui est considérée comme la première étape qui constitue la base de toute recherche, qui nous a permis de découvrir notre terrain d'investigation et de récolter le maximum d'information.

Durant cette étape on a pu rencontrer les employés de différents services et départements et de discuter avec eux sur le rôle qui joue les TIC pour eux et l'entreprise tout en expliquant l'objet de notre étude, cela nous a permis d'aboutir à des informations qui nous ont aidés à cerner et à clarifier notre problématique et à élaborer nos hypothèses.

Durant notre pré-enquête, nous avons recueillis un certain nombre d'informations se rapportant à notre étude.

7. La méthode et les techniques méthodologiques utilisées :

Chaque recherche consiste à utiliser une démarche scientifique qui permettra de réaliser l'objectif et le résultat de la recherche, et dans notre étude, afin d'atteindre notre objectif et d'avoir le résultat final de notre projet de recherche, on a utilisé la méthode quantitative et les méthodes suivantes.

7.1 La méthode utilisée :

Pour OMAR AKTOUF la méthode « *est la procédure logique d'une science, c'est-à-dire l'ensemble des pratiques particulières qu'elle met en œuvre pour que le cheminement de ses démonstrations et des théorisations soit clair, évident irréfutable* ». ¹

Il existe plusieurs méthodes de recherche en sciences humaines et sociales, et ce qui détermine la méthode c'est la nature du thème. Dans notre recherche on a opté pour une méthode de recherche qui est la méthode quantitative qui nous permet d'expliquer le phénomène.

¹ Omar AKTOUF, **Méthodologie des sciences sociales et approches qualitative des organisations**, éd les presses de l'université du Québec, Montréal, 1997, p 27

7.2. Les techniques utilisées :

Les techniques sont des procédés qui donnent accès à l'information. Ce sont des instruments capables de recueillir ou de produire l'information.¹

Les techniques sont, en ce sens, des moyens dont on se sert pour couvrir des étapes d'opération limitées (alors que la méthode est plus de l'ordre de la conception globale coordonnant plusieurs techniques) et se sont des outils momentanés, questionnaire, observation...

7.3 La méthode quantitative :

La recherche quantitative vise à expliquer les phénomènes par une investigation empirique systématique des phénomènes observables par la collecte de données numériques, analysées à travers des méthodes fondées sur des techniques mathématiques, statistique ou informatique.

La recherche quantitative implique la collecte et l'analyse des données qui sont quantifiables. Dans une recherche quantitative, la question de la mesure est essentielle car elle permet l'observation empirique et sa connexion avec dimension conceptuelle.²

7.3 La technique de collecte de données :

Toute recherche à un caractère scientifique doit comporter l'utilisation des procédures opératoires rigoureuses susceptibles d'être appliquées dans la réalité que l'on appelle technique qui doit adopter la méthode utilisée. D'après notre recherche, on a utilisé la technique du :

1. Le questionnaire :

Le questionnaire : « est un ensemble de questions écrites portant sur un sujet particulier et obéissant à des règles précises de préparation, de construction et de passation. Il existe une grande variété de questionnaire que l'on classe selon le but visé : d'opinion, d'intérêts, de connaissance, de motivation ».³

¹ Ambroise ZAGRE, op.cit. p84

² <https://www.google.dz/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.management-aims.com/pg-32-methodes-de-recherche-quantitatives-html.10/01/2017> à 20h

³ Omar AKTOUF, op.cit. p82

Chapitre I : le cadre méthodologique

Les étapes de la construction d'un questionnaire sont très essentielles et jouent un grand rôle pour la réussite d'une recherche, car c'est un moyen efficace de collecte d'information bien sur il faut qu'il prenne en considération l'enchaînement logique et la complémentarité des questions. Nous avons commencé cette procédure par la connaissance des ouvriers dans leur lieu de service et leur expliquer notre objectif de la recherche que nous avons effectuée.

➤ Les questions de notre questionnaire sont réparties en 5 axes :

Axe 1 est relatif aux données personnelles de l'enquêté.

Axe 2 est relatif à la disponibilité des TIC au sein de l'entreprise.

Axe 3 est relatif à l'utilisation des technologies

Axe 4 est relatif à l'adaptation des salaires à l'utilisation des TIC.

Axe 5 est relatif au rendement.

8. Population mère :

Le mot « *population* » doit être compris ici dans son sens le plus large, celui l'ensemble d'éléments constituant un tout, l'ensemble des facteurs d'une entreprise, des livres d'une bibliothèque, des élèves d'une école, les articles d'un journal ou des clubs sportifs d'une ville constituent autant de population différentes.¹

9. l'identification de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage.

9.1 Identification de l'échantillon :

Sachant que cette étude est faite au sein d'une moyenne entreprise économique qui est PASTA WORLD qui emploie un nombre de salariés qui dépasse 80 employés, cependant on a opté pour l'identification d'une population d'étude (échantillon) qui représentera toute la population mère et qui répondra aux exigences de la recherche qui est composé de 50 salariés, qu'on juge représentatif.

¹ QUIVY Raymond, manuel de recherche en sciences sociales, 3ème édition, Dunod, paris, 1995, p149

9.2 La méthode d'échantillonnage :

La méthode d'échantillonnage est considérée comme étant la façon par laquelle le chercheur arrivera à la détermination de sa population d'étude qui disposera de cet aspect d'homogénéité et qui constituera un laboratoire sociologique pour la vérification des hypothèses préalablement formulées.

Dans cette recherche la méthode d'échantillonnage choisie est bien la méthode aléatoire simple, afin d'accorder à chaque élément de la population mère une chance d'apparaître dans la population d'enquête.

9.3 L'échantillon de la recherche :

On dit que : « *c'est la partie de l'univers qui sera effectivement étudiée et qui permettra par extrapolation de connaître les caractéristiques de la totalité de l'univers* ». ¹

L'Echantillonnage ou la population étudiée est : un ensemble d'éléments ayant un ou plusieurs caractéristiques qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation. Une autre définition stipule que l'échantillon est « *Un ensemble dont les éléments sont choisis parce qu'ils possèdent tous une même nature* ». ²

Le choix de notre échantillon s'est fait d'une manière probabiliste aléatoire simple à partir d'une liste où on a choisi au hasard les noms des personnes qui doivent répondre à nos questionnaires.

Les échantillons pris en considération dans notre recherche au sein de l'entreprise (PASTA WORLD) sont différents soit dans le service et la fonction même le niveau hiérarchique (les cadres supérieurs, les agents de maîtrise, les exécutants).

10. Le déroulement de stage et les obstacles rencontrés :

Le déroulement de notre stage sur le terrain de l'organisme (PASTA WORLD) est passé dans un climat favorable, concernant les salariés de l'unité a

¹ LOUBET. Del Bayle Jean Louis, Initiation aux méthodes des sciences sociales, édition l'Harmattan, Paris, 2000, p 61.

² BOUDON Raymond, les méthodes en sociologie, 12^{ème}, éd PUF, 2004.

Chapitre I : le cadre méthodologique

pris en considération nos questionnaires (tout le personnel de l'unité). Parce que ce sont des expérimentés au service et comptants.

Mais durant notre enquête de recherche on a trouve des obstacles, comme suivant :

- Le manque des ouvrages au sein de la bibliothèque de l'université.
- L'insuffisance d'informations sur notre thématique de recherche.
- Le temps qui nous a accordés par les responsables de l'entreprise pour la réalisation de notre enquête est insuffisante pour se familiariser avec les salariés d'où la difficulté de gagner leur confiance.
- La perte de certains questionnaires.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

1.1 Présentation des TIC :

De nos jours, l'ère de l'automatisation a bouleversé le mode de vie des organisations qui l'ont adoptée. « *Précisément les TIC sont en train de modifier fondamentalement la manière dont les entreprises sont gérées* »¹. et en particulier la manière dont elles recherchent, traitent, échangent et diffusent l'information, cette section nous permettra d'éclairer d'un point de vue théorique la définition du concept TIC.

1.2 Nature et définition :

Avant de définir les NTIC en terme général, nous optons à définir les composants de ce concept :

1.2.1 Technologie :

Bien que cette notion ait toujours existé dans tous les domaines (économique, éducatif, juridique...) on parlera ici de technologies de pointe ou les nouvelles technologies.

Il s'agit de l'ensemble des techniques utilisées pour la réalisation des opérations de fabrication de produits ou de services. L'encyclopédie britannique de la technologie définissait la technologie comme étant « *l'application des connaissances scientifiques à des objectifs pratiques de la vie humaine ou, comme il est parfois formulé à la modification et la manipulation de l'environnement humain* »².

Une autre définition de l'organisation Olats présente la technologie comme « *l'élaboration et le perfectionnement des méthodes permettant l'utilisation efficace des techniques diverses prises individuellement, en groupe ou dans leur ensemble, qu'il s'agisse de techniques ou mécaniques, physiques ou intellectuelles en vue d'assurer le fonctionnement des mécanismes de la*

¹Mohamed MATMATI,. – **Quels impacts des NTIC sur l'internationalisation des pratiques de GRH des firmes multinationales** ? In : Groupe ESC Grenoble, N 144, avril 2000, p. 20.

²**Encyclopédie Britannica, la technologie.** <http://www.britanica.com/EBchecked/585418/technology>.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

production, de la consommation, de l'information »¹, ainsi que des activités de la recherche artistique et scientifique.

1.2.2. Information :

Selon l'organisation OLATS « *l'information est émission, réception, retransmission, de signaux groupés formels ou écrits, sonores, visuels ou audiovisuels, en vue de la diffusion et de la communication d'idées, de faits, de connaissances, d'analyses et de concepts dans tous les domaines, par un individu, par des groupes d'individus ou par un ou plusieurs organismes agissant ou rétroagissant ainsi sur leur environnement immédiat, proche ou lointain, Et dont le but est de déclencher éventuellement des processus dialectiques plus ou moins étendus alimentant l'échange, qui est une base naturelle et indispensable de l'animation de la vie sociale* »²

1.2.3 Communication :

La communication peut être définie comme « *la production d'information sur les milieux interne et externe et comme la création d'interfaces* ».³

La communication est l'ensemble des processus par lesquels l'information est cherchée, rendue accessible, échangée, et transférée.

« *Elle est le fait qu'une information soit transmise d'un point à un autre. Quand la communication se produit, nous disons que les parties composantes de cette transmission forment un système de communication* ». ⁴ Donc la communication est l'action de transmettre une information d'un émetteur à un récepteur via un canal.

¹ URL : www.olats.Org/schoffer/definfo.htm, consulté le 25/06/2017.

²Opcit.

³Marie-Hélène, WESPHALLEN.-Liberty Thierry Communicator : **toute la communication d'entreprise**, Paris, p.9.

⁴G.A MILLER,-**langage et communication**. PUF, Paris, 1973, p.19.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

On a vu alors la définition de chaque terme de la notion NTIC, concernant la définition générale de cette notion, les NTIC figurent comme l'ensemble des technologies informatiques utilisées pour traiter, modifier et échanger l'information.

HERBERT Simon (prix Nobel en sciences économiques 1978) les définit comme *«ensemble de technologies d'informatiques et de télécommunications qui sont les résultats d'une convergence entre technologies, elles permettent l'échange des informations ainsi que leurs traitements, elles offrent aussi de nouveaux moyens et méthodes de communication »*.⁷ Donc elles regroupent des techniques nécessaires, utiles, considérées comme une ressource pour manipuler l'information, en particulier les ordinateurs, programmes et réseaux, pour la convertir, la stocker, la gérer, la transmettre, et la retrouver.

Les TIC sont les outils qui ont permis dans un premier temps de passer de l'ère manuelle à l'ère automatique. La révolution entraînée par l'utilisation des TIC a été de changer les modes de communication dans l'entreprise en effet elles sont à la base de l'économie du savoir. Elles permettent de stocker, traiter et diffuser un volume croissant de données rapidement et à moindre coût et elles sont une source de plus en plus importante de gains de productivité.

2. : Historique des TIC :

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont devenues partie intégrante de la vie quotidienne des ménages et fournissent progressivement un mode d'accès élargi pour les biens et services de l'entreprise.

⁷Ngassi Ngakegni GHYNEL, Impact des TIC sur le tissu productif des biens et services au Maroc.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

Avec la baisse tendancielle des prix des équipements numériques (informatique, électronique grand public, abonnement au réseau internet) et l'essor du haut débit, la multiplication rapide de nouvelles fonctionnalités des équipements, leur diffusion et leur utilisation se sont intensifiées et démocratisées.

Cependant, la fracture numérique s'atténue alors que la convergence numérique progresse grâce à des débits plus élevés, Les entreprises se trouvent dans un monde de numérisation où elles travaillent fréquemment sur des micro-ordinateurs connectés à un réseau.

Faisant suite à l'invention de l'ordinateur, les TIC se sont développés sur plusieurs périodes historiques :

Années 60 : Sont caractérisés par l'automatisation des processus administratifs (paie, comptabilité, gestion des stocks, facturation...).

Années 70 : Pendant cette période, le point a été mis sur l'automatisation des processus de production dont le développement de la robotique et *productique*1 afin d'assurer le bon fonctionnement du processus de production.

Années 80 : Ces années sont caractérisés par l'automatisation du travail de bureau (microordinateurs et bureautique).

Années 90 : Ces années ont marqué l'accession de l'internet permettent de relier plusieurs ordinateurs en communication à distance ainsi la naissance du courrier électronique.

A partir de 2000 : L'internet a connu une explosion et le développement des moyens de communication (le commerce électronique). « *L'information est désormais accessible incontrôlable et échangeable à n'importe quel moment et lieu du monde grâce aux mails et téléphones mobiles* ».1

¹Ali BELKHIRI. – **Les enjeux des NTIC pour les entreprises Algérienne. In : la revue des sciences commerciales**, Institut national de commerce, p.38.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

Dans notre pays, au milieu des années 90 et particulièrement en 1991 l'internet a fait son entrée par le biais de l'association Algérienne des utilisateurs d'UNIX et la collaboration de l'Association des Scientifiques (ASA) à travers une connexion avec l'Italie.

En 1993 : le CERIST une structure universitaire publique devient l'unique fournisseur d'accès aux services internet ou ISP (Internet Service Provider), en suit en 1998 il y avait une ouverture du domaine aux opérateurs privé et durant l'année 1999 il y avait une exploitation de ces réseaux mais l'ouverture réellement aux concurrents privés était en Mars 1999 avec un nombre de 18 fournisseurs de services internet (*FAI*¹ ou ISP).

3: Typologie des NTIC :

Les NTIC regroupent l'ensemble des nouveaux outils de communication apparu ces dernières années essentiellement dans le domaine de l'informatique. Cela peut comprendre les machines, les logiciels, Internet, Intranet, les CD-ROM et DVD-ROM ...etc.

Par exemple, une entreprise internationale peut avoir un logiciel avec des modules transnationaux tandis que d'autres seront nationaux. Ainsi elle pourra facilement adapter sa GRH aux différentes législations nationales. Ce type de logiciel ne concerne pas uniquement les PMEPMI, mais il s'étend vers les grandes entreprises.

Ce terme peut également désigner des techniques telles que les Groupware et ses composants, Workflow, l'architecture client-serveur, mais il englobe aussi les messageries vocales, les visioconférences...etc.

3.1 : L'internet : qu'on appelle aussi réseau des réseaux qui est née au monde de communication et provoquant de nouvelles révolutions au sein de la vie quotidienne que soit pour les entreprises ou pour les particuliers.

¹ FAI Fournisseurs d'Accès à Internet : permet à des individus ou à des entreprises de se connecter à l'internet, moyennant ou non le prix d'un abonnement. Les services suivant sont en règle générale proposés : naviguer sur le web (etc....).

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

Selon Marie-France l'internet présente : « *un ensemble d'ordinateurs interconnectés entre eux par des câbles, liaisons téléphoniques, infrarouge...et communicant avec le même langage grâce au réseau informatique* »¹

L'intérêt du réseau Internet est de connecter dans le monde entier des ordinateurs de tailles et de conceptions différentes, mais capables de communiquer ensemble à travers des protocoles communs. L'utilisateur peut accéder aux services du réseau en s'adressant à d'autres ordinateurs appelés serveurs.

Le concept a été inventé pendant la guerre froide, par l'agence américaine ARPANET. Il permettait de sécuriser les transmissions informatiques contre les attaques nucléaires.

Sa véritable naissance, date de 1974, quand Vint Cerf mit au point la norme IP (InternetProtocol). Cette norme permet de fédérer tous les ordinateurs et toutes plates-formes confondues.

Le développement massif de l'internet date de 1989, lorsque CERN (Centre de recherche nucléaire) mit au point le Web. La toile, grâce à sa convivialité, (utilisation de l'Hypertexte) qui permet un usage facile, rapide, interactif et peu onéreux de l'internet.

Parmi les différentes applications de l'internet on a :

3.2Le Web ou World Wide Web : « *sa naissance était au début de 1990, le Centre d'étude et de recherche nucléaires, le CERN, dont le siège est situé à Genève en Suisse, lance leWorld Wide Web (WWW) pour permettre aux chercheurs d'échanger rapidement des informations textuelles y compris des images fixes ou animées et du son* »² C'est la partie la plus attractive de l'internet et celle qui l'a rendu populaire.

¹ LANDREA, Marie-France,- présentation d'internet : Internet et le Word Wide Web, Paris, 1998, P. 6.

² BELKHIRI, Ali, - **Les enjeux des NTIC pour les entreprises Algérienne**. In : Revue des sciences commerciales, Institut national de commerce, Alger, P. 39.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

Le Web est un service, un moyen d'obtenir de l'information en provenance de divers ordinateurs. Il permet la circulation de tout type de document (textes, images, sons et vidéo).

Les documents répartis sur des centaines de serveurs de par le monde demeurent accessibles, instantanément et en permanence, à toute personne disposant d'un accès internet quel que soit le système d'exploitation utilisé.

Ces informations sont de plus en plus constamment remises à jour et l'utilisateur dispose ainsi toujours de la dernière version en ligne. Pour accéder aux serveurs Web, un logiciel de navigation est indispensable. Il permet d'effectuer une demande par l'intermédiaire d'une adresse (URL) et de lire le résultat de cette recherche.

3.2.1 Le courrier électronique ou l'E-mail : La messagerie électronique permet, avec un logiciel courrier, d'envoyer tous types de documents numériques d'un ordinateur à un autre en quelques secondes.

3.2.2 Le transfert de fichiers (FTP) : Pour profiter de toutes les ressources du Web, il est nécessaire d'être bien équipé en logiciels. Il est possible de télécharger ces logiciels directement sur le net en utilisant un programme de transfert de fichiers ou FTP (File Transfert Protocol). Il est possible également de télécharger des documents (supports de cours par exemple).

3.2.3 Les forums de discussion ou les News Groups :

Il existe un nombre très important de groupes de discussion s'intéressant à tous les sujets possibles. Chaque forum est centré sur un thème particulier et dicte ses propres règles qu'il faut bien lire avant de s'inscrire. Les listes sont modérées c'est à dire que les courriers sont filtrés. Le modérateur vérifie que les messages proposés correspondent au thème de la liste, les publicités commerciales sont interdites. *« C'est un outil très utile pour les collaborateurs qui peuvent ainsi demander, à leur supérieur hiérarchiques ou à d'autres*

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

professionnels interne ou externe de l'entreprise, des conseils, échanger des ressources, des expériences ou proposer des projets collectifs»¹.

3.3: Intranet :C'est un réseau informatique utilisé à l'intérieur d'une entreprise ou de toute autre entité organisationnelle qui utilise les mêmes protocoles qu'Internet. Parfois, le terme se réfère uniquement au Site web interne de l'organisation, mais c'est souvent une partie bien plus importante de l'infrastructure informatique d'une organisation. Dans les grandes entreprises, l'intranet fait l'objet d'une gouvernance particulière en raison de sa pénétration dans l'ensemble des rouages des organisations, et de la sécurité nécessaire à sa circonscription à l'entreprise.

L'intranet désigne aussi un réseau à usage privé utilisant tout ou une partie des technologies ou infrastructures d'internet pour transporter et traiter les flux d'information interne d'un groupe.

ANGLEBERT Joseph la définit de la manière suivante « *C'est l'ensemble de moyens nécessaires pour transporter et traiter un flux d'informations à un groupe fermé d'utilisateurs identifiés en utilisant les mêmes protocoles et services que l'internet* »².c'est la version privée, au sein même de l'entreprise et cela permet d'avoir une messagerie et une diffusion d'informations internes. Parmi les avantages de l'intranet, on a :

- ✓ **Travail des employés** : L'intranet aide les employés à trouver et à visualiser rapidement Des informations dans des documents électroniques et des applications pertinentes dans leurs domaines de compétences. Via une interface plus légère et plus intuitive. Les utilisateurs peuvent accéder aux données de n'importe quelle base de données qu'une organisation veut rendre disponible.
- ✓ **Communication** : L'intranet est un puissant moyen de communication à l'intérieur d'une organisation, verticalement et horizontalement. Il permet d'améliorer le service rendu aux salariés même s'ils ne se retrouvent sur le même site géographique.

¹ URL : <http://pedagene.creteil.iufm.fr/internet/definit.htm> consulté le 01/07/2017.

²Joseph ANGLEBERT, et al. - TCP/IP Internet/Intranet/Extranet. In : institut de la Gestion publique et du Développement économique, Novembre 2001, p. 204.

- ✓ **Organisation et business** : L'intranet est aussi utilisé comme une plateforme pour développer et déployer des applications de support aux transactions informatiques utilisées à des fins financières et décisionnelles.

3.4: Extranet :

C'est un site interne dont quelques-unes des pages ou toutes les rubriques sont accessibles par un mot de passe et c'est un réseau du type internet dont la liste de sécurité est externalisée. Ce système permet par exemple de se limiter à la consultation des informations confidentielles aux clients, distributeurs ou abonnés, ou contrairement de l'intranet qui reste tourné vers l'entreprise et ne permet pas de s'ouvrir vers ses partenaires extérieures.

Pour ANGLEBERT Joseph l'extranet « *C'est l'ensemble de moyens nécessaires et des services qualifiés offerts par une entreprise à un groupe d'utilisateurs, clients ou partenaires identifiés* »¹. L'extranet permet donc de s'approprier les outils d'internet tout en développant une infrastructure propre à l'entreprise et en contrôle les problèmes de sécurité.

Un réseau extranet est géré par un organisme ou une entité externe aux utilisateurs, l'entreprise héberge souvent son système d'information. C'est donc une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau dans le but de faciliter et de fluidifier la Gestion des Compétences.

Parmi les avantages de l'extranet, on trouve :

- L'extranet offre la possibilité d'ouvrir l'internet à l'extérieur à destination de tiers à l'entreprise telle que des clients ou fournisseurs.
- Le salarié peut formuler aux équipes de gestion du personnel ses demandes de congés ou demandes de formation.
- permet la confidentialité des données a relation avec les clients ne peuvent pas de limiter à la simple exploitation du Web en tant que vitrine commerciale c'est pourquoi l'extranet a pour envisager et synergies afin d'organiser les applications nombreuses, qu'ils s'agissent de communication, de recrutement,...

¹Joseph ANGLEBERT, et al. - TCP/IP Internet/Intranet/Extranet, institut de la Gestion publique et du Développement économique. In : Revue de management, N°.3, Novembre 2001, p. 206.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

3.5 : Groupware :

Le Groupware peut être défini comme « *ensemble des méthodes, procédures, logiciels et plates-formes informatiques permettant à des personnes, associées dans un même contexte professionnel, de travailler ensemble avec le maximum d'efficacité* »¹. C'est un processus de travail de groupe désignant les outils informatiques facilitant le travail d'équipe de projet intégrant les outils ainsi que les logiciels nécessaires pour l'assister.

Sa principale mission est de faire circuler l'information, indépendamment des contraintes de temps et de distance, on peut répartir les avantages du Groupware sur quatre volets :

1. Base de connaissance partagée :

- ✓ réduction du temps d'accès à l'information utile
- ✓ culture nouvelle de partage des connaissances au sein des équipes
- ✓ amélioration de la compréhension des informations et des synergies

2. Gestion du temps Individu-Groupe

- ✓ automatisation des réservations et rendez-vous réguliers.
- ✓ amélioration de la diffusion des informations aux participants.

3. Messagerie et conférence électronique :

- ✓ réduction des frais de déplacements.
- ✓ rapidité de résolution des problèmes urgents.
- ✓ amélioration des échanges d'informations et d'idées.

3.6 : Workflow :

Que l'on peut traduire littéralement par " flux de travail ", est une des composantes du Groupware. Il s'agit de remplacer le flux des documents papiers par des documents électroniques.

Le concept de Workflow « *désigne l'automatisation de tout ou partie d'un processus de l'entreprise durant lequel l'information, le document ou la tâche*

¹BOUTAYEB, S. - Dictionnaire des termes de base de l'informatique. - Paris, 1997, p. 52.

Chapitre II : les technologies de l'information et de la communication

est acheminé(ou routé) une personne(ou rôle) à l'autre selon des règles prédéfinies »¹

Il a de nombreux avantages, parmi lesquels :

- La refonte des processus et compression du temps, transformation d'activités séquentielles en activités simultanées
- Réduction des coûts de personnels liés à un travail collaboratif éventuellement «asynchrone»
- Réduction des effectifs concernés par les processus
- Réduction des consommations de papier dans les processus
- Amélioration du service client et la gestion de l'information

Face à la révolution technologique apportée par les NTIC, leur utilisation dans l'entreprise a devenu une nécessité sinon cette dernière se retrouvera progressivement écartée des échanges mondiaux.

En effet, l'implantation des NTIC est la préoccupation de toutes les entreprises qui désirent renforcer leur efficacité et préserver leur pérennité, mais cela « *nécessitent une modification considérable de la structure de l'entreprise et des investissements importants mais entraînent un accroissement considérable du chiffre d'affaire, une réduction des coûts et des gains de productivité* »²

4. Les avantages des TIC :

- Le gain du temps,
- La rapidité dans le partage des informations,
- La discussion a distance dans un domaine quelconque,
- Partage facile des informations entre les agents d'un même secteur,
- La présentation des rapports (journalier, hebdomadaire, mensuel, trimestriel) à temps prévu,
- Aide d'acquisition des connaissances,
- Meilleure gestion des ressources humaine (recrutement, rémunération, formation).

¹Mélissa SAADOUN, – **Technologies de l'information et management**, Hermès, Paris, 2000, p. 83.

²Valérie POUILLARD. – **Les nouvelles technologies de l'information et de la communication** : des outils au service des performances de l'entreprise, 200, p. 27.

5. Les inconvénients des TIC :

- manque de confidentialité vis-à-vis des données échanger,
- le piratage des données confidentielles,
- phénomène de suréquipement et donc cout de sous utilisation.

1. Définition du rendement :

A l'exception de Legendre 1988, les dictionnaires consultés ne considèrent pas la performance comme synonyme de rendement. Les termes les plus souvent recensés à titre synonyme de ce dernier sont en rapport et efficaces. Les autres qui sont mentionnés le plus fréquemment sont : production, gain, efficacité et rentabilité, dont le nombre de mentions est égal. Des synonymes répertoriés ressortent deux notions. La première, soit celle de résultat, peut être dégagée des termes suivants proposés comme synonymes de rendement : effet, produit, production et efficacité. La deuxième notion est celle de rapport, qui se trouve dans les synonymes suivants : apport, productivité, gain, rentabilité et efficacité.¹

Le rendement est défini par deux composantes : celles qui ont traité les tâches elles-mêmes et celles qui sont de nature contextuelle, reliées aux attentes portant sur l'expression de comportements que certains qualifient de hors rôles ou de discrétionnaires. Le rendement est celui qui peut être circonscrit à partir de la description de poste. Celui qui est de nature contextuelle provient d'attentes de la direction postulant un lien entre les comportements désirés et diverses variables, notamment les suivantes : le climat de travail, la capacité d'adaptation de l'organisation et sa performance. La recension des écrits effectuée par Mackenzie 1997 démontre que les comportements de citoyenneté expliquent environ 20% de la variance de plusieurs indicateurs de la performance organisationnelle, ces effets justifiant qu'on leur fait attention.

Le rendement relié aux tâches peut être défini par trois types d'indices : l'atteinte des objectifs pré-définis, la conformité à des critères pré-établis et l'émission de résultats ou de comportements à propos desquels il n'y a pas eu

¹Imane TABETDERRAZ EP, CHILI, ystème de rémunération et management de la Performance des entreprises, université Abou bekrbelkaid- Tlemcen, 2013/ 2014, Encadré par bendiabdellahAbdesselem, p, 164.

d'entente préalable. Dans un premier temps les précisions fournies sur ces trois types d'indices ; et puis les critères établis sont aptes à faciliter le choix.

De ces indices, le premier indice du rendement ayant directement un appui aux tâches de réaliser les objectifs, sur cela la répartition est sur deux axes; objectifs visant à contribuer au maintien et au développement de l'unité administrative ou organisationnelle.

L'évaluation d rendement peut se baser sur des indices de conformité qui sont de deux types ; les uns prennent en compte des comportements directement associés aux tâches à effectuer, tels que la régularité du suivi qu'un vendeur assure auprès de ses clients et la fréquence. Les autres mesurent le respect de règles, de normes ou de façons de procéder ayant directement trait à l'exercice des choses à faire, telle l'application de normes ISO ou d'une méthode spécifique de travail.

2. Les déterminants et les composants du rendement :

Conformément à la notion de système, la figure 1 tient compte des facteurs comme suit : les intrants, le processus de transformation et les extrants du système ; l'environnement de ce dernier, qui est susceptible d'influencer chacun de ses éléments constitutifs ; le processus de rétro information ou de feedback, qui a pour but d'aider le système à s'ajuster.

Avant d'adapter des précisions sur ces composantes, on remarque que les compétences font partie du processus de transformation, alors que le rendement est l'extrait considéré.²

3. La gestion du rendement :

Qu'est ce que la gestion du rendement ?

Comme beaucoup d'autres termes de gestion, l'expression « *gestion du rendement* » a eu des interprétations et des applications forts diverses.

²Imane TABETDERRAZ EP, CHILI Op. Cit, p 164.

Chapitre III : le rendement des salariés

Mais l'objectif principal d'un bon système de gestion du rendement est de s'assurer que les activités des employés -ce qui font et la qualité de ce qui font- correspondent bien aux objectifs de l'organisation, tout en maintenant un climat de travail motivant et satisfaisant. Une très grande proportion des organisations du secteur culturel n'a pas géré le rendement des employés de façon systématique pour toute sorte de raisons.

- ✓ Ils ne savaient pas comment le faire de façon efficace.
- ✓ Les gestionnaires de la culture ne se sentaient pas à l'aise dans l'évaluation et le jugement du rendement des employés.
- ✓ Les gestionnaires ne comprenaient pas bien les exigences de base de leur rôle.
- ✓ Ils croyaient que les organisations culturelles sont uniques et que les pratiques de ressources humaines normalement acceptées dans les autres secteurs -les grandes sociétés par exemple- ne s'y appliquaient pas.
- ✓ Ils étaient frustrés de la complexité des systèmes de gestion du rendement, ce qui peut mener à rejeter le concept dans son ensemble.

Les lignes directrices suivantes ainsi que les procédures que nous suggérons visent à faciliter la compréhension et l'adoption de la gestion du rendement.¹

4. Types de systèmes de gestion du rendement :

La complexité de la gestion du rendement varie d'un système à l'autre d'une simple discussion informelle avec un employé sur la façon dont son travail avance, jusqu'à des systèmes comportant des formulaires de plusieurs pages pour différents niveaux de personnel, en passant par l'évaluation de l'efficacité reliée à la rémunération et aux possibilités d'avancement.

¹Martin JOSEE, le bien être au travail, une secrétaire moderne, septembre 1990, P.P. 10.11

Chapitre III : le rendement des salariés

Les lignes directrices que nous vous présentons reposent principalement sur un système de rétroaction continue basé sur une communication régulière et efficace entre les gestionnaires et le personnel et sur une bureaucratie minimale.

Les différents éléments :

- Concepts simples et informels tant dans les composantes du système que dans sa mise en application.
- Rétroaction fréquente et non structurée aux employés sur les activités reliées à leur emploi et sur leur rendement.
- Rencontre d'évaluation annuelle pour permettre au gestionnaire et à l'employé de prendre du recul sur le quotidien et d'analyser le travail et le rendement dans leur ensemble.
- Accent sur le présent et l'avenir plutôt que sur le passé.

5. Les facteurs influençant le rendement humain :

5.1. Manque de communication :

En général, seulement 30% des messages verbaux sont reçus et compris par les interlocuteurs. Normalement, les gens se rappellent de ce qui été déjà dit au début et à la fin d'un échange. Par conséquent, vous devez dire dès le départ la partie la plus importante de votre message et la répéter en terminant. Selon la complexité du message, il peut s'avérer plus efficace de fournir des instructions écrites comme une liste de vérification.

5.2. Complaisance :

Définition : autosatisfaction accompagnée d'une perte de conscience du danger. Si une activité vous est devenue routinière et que vous avez tendance à vous asseoir sur vos lauriers, il se peut que des choses importantes vous échappent. Vous avez alors tendance à voir ce que vous vous attendez à voir.

5.3. Manque de connaissances :

Les exploitants sont tenus, aux termes de réglementation, de faire en sorte que leur personnel ait reçu la formation appropriée.

5.4. Distraction :

La distraction est tout ce qui vous empêche de vous concentrer sur la tâche à accomplir. Les psychologues affirment que la distraction est la principale cause des oublis. Nous pensons toujours aux étapes à venir de notre travail. C'est pourquoi, quand nous sommes distraits avant de reprendre le travail, nous avons tendance à croire que nous sommes plus avancés que nous le sommes réellement.¹

5.5. Manque de travail d'équipe :

Une équipe efficace doit :

- ❖ définir clairement sa mission
- ❖ définir ses attentes;
- ❖ informer tous ses membres;
- ❖ présenter la confiance;
- ❖ encourager la participation de tous ses membres.

5.6. Fatigue :

Des études ont montré que des personnes fatiguées réagissent de façon semblable à celles qui ont consommé de l'alcool. Elles ont tendance à sous-estimer l'importance du problème à surestimer leur capacité d'y faire face.

Ces études ont prouvé qu'après 17 heures de veille, nous fonctionnons comme si nous avions l'équivalent d'un taux d'alcoolémie de 0,05 %. Après 24 heures, ce taux passe à 0,1 % ; de quoi faire réfléchir. Plus vous êtes fatigué, plus votre QI s'affaiblit. Et plus il est facile de vous distraire.

5.7. Manque de ressources :

Un manque de ressources peut interférer avec votre capacité d'accomplir une tâche, faute de matériel et de soutien. Des produits de qualité inférieure peuvent aussi influencer votre capacité de faire votre travail.¹

5.8. Pressions :

Source des demandes urgentes qui influencent notre rendement :
(Entreprise, Clients, Pairs, Soi-même).

Fait intéressant, ce sont les personnes elles-mêmes qui s'imposent les plus fortes pressions. Cela se produit quand elles acceptent la responsabilité d'une situation qui ne dépend pas d'elle. S'affirmer et refuser le fardeau des autres permet d'éviter ce problème

5.9 Manque d'affirmation de soi :

L'affirmation de soi est la capacité d'exprimer ses sentiments, ses opinions, ses croyances et ses besoins de façon positive et productive. Il ne faut pas confondre l'affirmation de soi avec l'agressivité.

5.10. Stress :

Il existe deux types de stress : le stress aigu et le stress chronique. Le stress aigu est lié aux pressions subies par l'organisme à cause des problèmes courants ; par exemple, les contraintes temporelles qu'entraîne la modification de la configuration d'un appareil de transport de passagers pour y transporter de la marchandise. Le stress chronique résulte des contraintes à long terme subies par l'organisme à la suite d'événements négatifs ou positifs, comme un Divorce ou un gain à la loterie. Le stress chronique peut amplifier les effets du stress aigu. Pour atténuer le stress aigu, prenez une pause de cinq minutes et détendez-vous en prenant de grandes respirations. Il est plus difficile de lutter contre le stress chronique, car il faut généralement changer le mode de vie pour y arriver.

5.11. Erreur de jugement :

C'est l'incapacité de saisir toutes les conséquences d'une action, ou un manque de prévoyance.

6. Le rendement et la productivité physique du travail :

Le rendement est le rapport exprimé en termes physiques entre l'input et l'output d'un facteur de production. Le rendement du travail sera donc défini comme le rapport entre : La production obtenue sur Le temps consacré à son obtention On dira ainsi que :

- Le rendement d'un mineur de charbon est de 3 tonnes par heure.
- Le rendement d'un ouvrier du pétrole est de 30barils par jour.

La notion de productivité physique du travail : « *dans l'industrie, par abus de langage, la notion de productivité est souvent assimilée à celle de rendement, on parlera alors de productivité physique du travail, équivalente au rendement* »¹.

7. Un appui sur l'amélioration du rendement :

Pour l'employeur, une gestion efficace de la rémunération est de plus en plus considérée comme un atout concurrentiel qui permet d'améliorer le rendement individuel et collectif ; l'environnement des entreprises est marqué par deux changements fondamentaux : une compétition plus vive et une croissance économique modérée. Dans ce contexte les dirigeants d'entreprises sont d'avantages préoccupés par la réduction de leurs coûts de production, par

¹Michel DE COSTER, sociologie du travail et des ressources humaines 3^{eme} édition, Bruxelles, 1995, p 166.

Chapitre III : le rendement des salariés

l'amélioration de leur productivité et par l'augmentation de la qualité de leurs produits et services.

Toutefois, dans la mesure où les entreprises disposent des mêmes ressources « *capitales, moyens de production, moyens de mise sur le marché, la différence entre le succès et l'échec se situe de plus en plus dans la gestion des ressources humaines, notamment dans la gestion de la rémunération des employés. En effet, la manière dont les employés sont rémunérés influence la qualité de leur travail, la qualité du service qu'ils offrent aux clients, leur volonté d'acquiescer de nouvelles compétences, leur esprit de collaboration et leur volonté de syndicalisation. Il est important de commenter les deux mythes principaux de « Pfeffer1988 »* selon lesquels, en premier, la réduction du coût de main d'œuvre en diminuant les taux de salaires, en deuxième, de faible coût de main d'œuvre à une importance sur le facteur de compétitivité à long terme*»¹

Certes, le fait d'accorder une augmentation de salaire aux employés accroît non seulement la masse salariale, mais aussi les coûts totaux d'exploitation varient beaucoup d'une firme et d'une industrie à l'autre.

En raison de leurs importantes incidences économiques à long terme et de leur caractère difficilement réversible, il devient crucial de prendre des décisions adéquates en matière de rémunération.

Toutefois, il faut se méfier du réflexe par lequel on cherche à diminuer le coût de la main d'œuvre en réduisant la rémunération et à améliorer la productivité ; un avantage concurrentiel à long terme se bâtit moins sur une réduction du coût de la main d'œuvre que sur l'amélioration de la qualité et de l'innovation en matière de produits et de services²

*Jeffery PFEFFER est un théoricien de l'entreprise américaine et le professeur Thomas D, Dee II de comportement organisationnel à la « Graduate School of Business » Pfeffer s'efforce d'éduquer et d'inspirer les dirigeants à rechercher le pouvoir grâce à une gestion fondée sur des preuves, le savoir faire et la culture de haute performance.

¹TABET DRRAZ IMANE EP. CHILI, p43.

²ibid., p43.

8 .Les déterminants de la performance et du rendement au travail

- ✓ Comportements du salarié qui dépend :
- ✓ De sa motivation « ses efforts »
- ✓ De ses connaissances et habiletés
- ✓ De la compréhension qu'il a de son rôle
- ✓ De sa personnalité « sa façon privilégiée de faire les choses »

Organisation du travail « l'impact du travail d'autres personnes »

- ✓ Environnement « jusqu'à quel point l'environnement est favorable à l'obtention de résultats »
- ✓ Ressources disponibles « pour l'obtention des résultats »

Pour que l'argent reçu ait un effet sur la motivation de la personne, il faut :

- ✓ Qu'elle pense qu'elle peut faire ce que l'on attend d'elle
- ✓ Qu'elle perçoive une relation entre le niveau de performance qu'elle peut réaliser et l'argent qu'elle peut en retirer
- ✓ Que le montant d'argent qu'elle peut en retirer soit important pour elle.

La question pertinente consiste alors à savoir s'il est possible d'élaborer un tel régime de rémunération et si la rémunération au mérite satisfait ces conditions.

L'ensemble des conditions à satisfaire pour que l'argent ait un effet motivant sur le rendement individuel sont :

- Les salariés doivent croire qu'un rendement plus élevé e leur part entrainera un revenu plus élevé ; cela implique :
 - ✓ Que les employés savent ce que signifie en pratique une étant valide, complète et fidèle.
 - ✓ Qu'ils considèrent l'évaluation de la performance comme étant valide, complète et fidèle.
 - ✓ Qu'ils constatent que ceux qui ont une meilleure performance se voient attribuer un revenu plus élevé.

Chapitre III : le rendement des salariés

- Les salariés doivent désirer un meilleur revenu.
- Les avantages d'un bon rendement doivent être plus intéressants que ceux d'un rendement inférieur, cela implique⁷
 - ✓ Que les conséquences négatives d'un bon rendement doivent être minimisées.
 - ✓ Que les employés perçoivent dans le bon rendement, d'une bonne performance le comportement le plus profitable.

Que le montant d'argent correspondant à un bon rendement soit perçu comme étant important et équitable.

- Les incitations autres que monétaires doivent également être liées à un bon rendement, à une bonne performance.
- La qualité du rendement des employés doit être en rapport avec la qualité des efforts déployés.

A cela il faut ajouter qu'un programme de rémunération au mérite sera efficace dans la mesure où les salaires sont relativement équitables, ou la culture de l'organisation appuie le principe de la rémunération au mérite et où les gestionnaires possèdent.⁸

⁷TABETDERRAZ IMANE EP. CHILI, op, cit. p 45.

⁸TABETDERRAZ IMANE EP. CHILI, op, cit. p 164.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil :

Nous allons voir en premier lieu l'historique de l'entreprise PASTA WORLD, sa situation géographique, domaine d'activité, l'importance de l'entreprise, enfin les différents services.

1.1 Historique de la l'entreprise mère :

Le groupe Chikhoun est un groupe familial, il a été construit grâce à une démarche volontariste qui reflète un engagement et une volonté inébranlable à mettre en œuvre de grands projets de développement en continuant à œuvrer dans la création d'emplois et de richesse.

La société a pris une dimension qu'elle ne peut plus être gérée par une seule direction, pour cela l'état a entamé des réformes au sein de l'entreprise, ces réformes ont donné naissance à plusieurs entreprises comme : SARL PASTA WORLD, SARL Soummam Minéral Water, SARL Semoulerie Soummam, Soummam conditionnement, SARL Granit Négoce Transport (GNT).

1.2 historique de l'entreprise PASTA WORLD :

SARL PASTA WORLD est une unité du groupe Chikhoun, sis à ZAC taharacht Akbou, créée le 29 mai 2009. Elle est spécialisée dans la production de pâtes alimentaires. Celle-ci emploie aujourd'hui une centaine d'employés de différents services tel que le service commercial, maintenance, production et personnel.

L'entreprise est constituée de quatre chaînes de production qui sont :

- Chaîne pour la production des pâtes longues.
- Chaîne pour la production des pâtes courtes.
- Chaîne pour la production des pâtes spéciales.
- Chaîne pour la production de couscous.

Il y a aussi grand espace de stockage et de conditionnement, ainsi une salle de chaudière qui alimente l'usine par l'eau chaude et la vapeur, ce sont deux éléments très essentiels pour la production, et une salle des armoires qui contient tout les équipements électriques nécessaires¹.

¹ www.groupechikhoun.com

1.3 présentation des différents services :

L'unité de PASTA WORLD compte 07 services liée directement a la direction, ces services sont :

- service personnel : ce service charge des gestionnaires du personnel.
- Service commercial : ce service regroupe les chefs de section, agent commercial, contrôleurs de dépôt.
- Service de gestion de stocks : chargé des gestionnaires des stocks, magasiniers, manutentionnaire chauffeurs, livreurs, caristes.
- Service comptabilité et finance : se service se charge de gérer les affaires financières de l'entreprise.
- Service de production : regroupe des chefs de services, chefs de section conditionnement, chef de quart, conducteurs, operateurs, agents production, plombiers.
- Service maintenance : ce service regroupe les chefs de service, les électromécaniciens.
- Service hygiène et sécurité : ce service prend en charge la sécurité de toute l'unité².

² Document interne (50 jours à partir le 01/04/2017 jusqu'au 20/05/2017, au prés de l'entreprise *PASTA WORLD*).

Section 2 : Analyse et interprétation des résultats :

2.1. Analyse unidimensionnelle et bidimensionnelle

AXE 1 : Les données personnelles.

Tableau N 01 : la répartition des membres de la population d'étude selon le sexe :

sexe	Fréquence	Pourcentage
Masculin	50	100%
Féminin	-	00%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

D'après ce tableau on constate que la totalité des salariés sont du sexe masculin soit 100% et l'absence du sexe féminin avec 00%, dans l'entreprise PASTA WORLD.

L'absence du sexe féminine est du peut être à la nature des taches exercées dans l'entreprise ; le travail de nuit 3/8 et sa difficulté, ainsi le facteur du manque des moyens de transport vu la localisation de l'entreprise.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N02 : la répartition des membres de la population d'étude selon l'âge :

Age	Fréquence	Pourcentage
18-25	03	06%
25-30	23	46%
35-40	15	30%
Plus de 40	09	18%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

A travers ce tableau on voit que la catégorie d'âge la plus dominante dans l'entreprise PASTA WORLD est celle de (25-30) ans soit 46% de la population d'étude. Ensuite on trouve la tranche d'âge allant de (35-40) ans avec un taux de 30% puis vient la catégorie (plus de 40) ans avec le pourcentage de 18%, et enfin on trouve la catégorie (18-25) ans avec un pourcentage de 06%.

Cela nous permet de déduire que la majorité des recrues de l'entreprise PASTA WORLD est de la catégorie plus jeunes dont le moyen d'âge est de (25-30) qui explique le non exigence de l'ancienneté dans le recrutement.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N 03 : la répartition des membres de la population d'étude selon le niveau d'instruction :

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage
Primaire	06	12%
Moyen	15	30%
Secondaire	17	34%
Universitaire	12	24%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

A partir des données de ce tableau ci-dessus, on remarque que le niveau d'études n'est pas primordial dans la sélection des salariés ou on trouve le niveau secondaire est prédominant avec 34% et le niveau moyen avec un taux de 30%, ensuite on trouve le niveau universitaire avec un taux de 24%, et enfin on trouve le niveau primaire avec 12%.

On remarque les taux élevés des deux niveaux moyen et secondaire par rapport au niveau universitaire, cela veut dire que la catégorie du niveau universitaire peut assurer l'orientation de tous les salariés vu que la population mère est restreinte.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N 04 : la répartition des membres de la population d'étude selon la situation matrimoniale :

Situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage
Célibataire	24	48%
Marié(e)	26	52%
Veuf (Ve)	-	00%
Divorcé(e)	-	00%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

On constate que le taux de la catégorie des mariés un plus élevés soit 52%, par rapport à la catégorie des célibataires avec un taux 48% et a la fin on trouve un taux de 00% pour les deux catégories veuf(Ve) et divorcé(e).

On conclut l'absence des deux catégories de veuf(Ve) et divorcé(e) dans l'entreprise PASTA WORLD, vu leur politique de recrutement.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N 05 : la répartition des membres de la population d'étude selon le poste occupé :

Poste occupé	Fréquence	Pourcentage
Cadre	04	08%
Agent de maîtrise	15	30%
Agent de l'exécution	31	62%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau indique les différents statuts de nos enquêtés à travers cela, nous avons remarqués que la majorité de notre échantillon sont des agents de l'exécution avec un pourcentage de 62%, suivi par un pourcentage 30% pour les agents de maîtrise et en fin celui des cadres qui représente 08%.

Nous soulignons, que notre enquête a touché beaucoup plus la catégorie des agents de l'exécution, qui influence sur notre recherche.

AXE 2 : la disponibilité des TIC dans l'entreprise PASTA WORLD.

Tableau N 06 : la répartition des membres de la population d'étude selon la disponibilité du micro-ordinateur dans leur poste :

Disponibilité du micro-ordinateur	Fréquence	Pourcentage
Disponible	19	38%
Non disponible	31	62%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau montre que la population qui n'a pas un micro-ordinateur dans leur poste est supérieure à celle qui a un micro-ordinateur, soit 62% pour le non disponibilité d'un micro-ordinateur, et un taux de 38% pour la disponibilité d'un micro-ordinateur.

Ont déduit que la majorité de la population ne dispose pas d'un micro-ordinateur dans leurs postes, cela indique que la plupart des tâches exécutés n'exige pas un micro-ordinateur ou la plupart des tâches sont manuelles et simples dans la globalité des agents de maîtrises et des agents d'exécutions tels que la maintenance, la production, l'hygiène et autres.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N 07 : la répartition des membres de la population d'étude selon la disponibilité des logiciels dans l'exécution des tâches :

Disponibilité des logiciels Dans l'exécution des tâches	Fréquence	Pourcentage
Disponible	18	36%
Non disponible	32	64%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau montre que la population qui n'utilise pas des logiciels dans l'exécution de leurs tâches, soit 64% pour le non disponibilité des logiciels, et un taux de 36% pour la disponibilité des logiciels.

Ont déduit que la majorité de la population ne dispose pas des logiciels dans l'exécution de leurs tâches, cela indique que la plupart des tâches exécutées n'exige pas l'utilisation des logiciels puis qu'elles ne nécessitent pas des micro-ordinateurs dans la plupart des postes occupées dans l'entreprise ce qui est indiqué dans le tableau N06.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N08 : la relation entre l'existence d'un réseau interne pour le partage de l'information et les conditions de travail qui motive le plus:

Les conditions de travail motivant	Matériel		Relationnel		Autres		Totale	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Oui	08	44.44%	10	55.55%	00	00%	18	100%
Non	10	31.25%	20	62.5%	02	06.25%	32	100%
Total	18	36%	30	60%	02	04%	50	100%

Source : enquête sur le terrain

On déduit d'après ces données statistique que la quasi-totalité de nos enquêtés soit un taux de 60% indique que le facteur relationnel est une condition de travail qui motive le plus tandis que 36% trouve que les conditions de travail qui motive le plus est le coté matériel, contre une minorité de 04% pour eux y'a d'autres facteurs comme les conditions de travail qui motive le plus.

Pour ceux qui ont répondu par le facteur relationnel on trouve un taux de 62.5% n'utilisent pas un réseau internet pour le partage d'information, et un taux de 55.55% utilisent un réseau internet pour le partage de l'information.

Selon le tableau et les réponses récoltes indique que les relations humaines dans les lieux de travail influence positivement sur la motivation des salariés vue que une bonne ambiance et le travail de groupe dans l'exécution des taches permet à

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

l'amélioration de la productivité dans l'entreprise mais aussi peut arriver à une certaine performance.

Les conditions matérielles dans l'exécution des tâches peuvent ainsi motiver les salariés que ce soit dans la facilité d'un côté et la fiabilité de remplir les tâches qui nécessitent la force physique ou le déplacement pour les agents de l'exécution ou de l'autre côté l'utilisation des micro-ordinateurs pour les cadres afin d'accomplir les tâches administratives.

AXE 3 : l'utilisation des technologies.

Tableau N09 : la répartition des membres de la population d'étude selon la connexion à internet :

Connexion à internet	Fréquence	Pourcentage
Souvent	07	14%
Parfois	17	34%
Rarement	26	52%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau montre que la population d'étude n'utilise pas l'internet que rarement, soit 52%, un taux de 34% l'utilise parfois et un taux de 14% l'utilise souvent.

Dans l'entreprise PASTA WORLD l'utilisation de la connexion internet est rare selon le tableau ci-dessus et ainsi les réponses données par les salariés de l'entreprise, et cela est due d'un coté a la non disponibilité des micro-ordinateurs sur les lieux se travail et de l'autre coté a la nature des tâches occupées qui nécessitent pas leurs utilisations.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N10 : la relation entre l'âge et la connexion à internet :

Connexion à internet L'âge	Souvent		Parfois		Rarement		Totale	
	F	%	F	%	F	%	F	%
18-25	01	33.33	-	00	02	66.66	03	100
25-30	02	08.69	09	39.13	12	52.17	23	100
35-40	04	26.66	04	26.66	07	46.66	15	100
Plus de 40	-	00	04	44.44	05	55.55	09	100
Total	07	14	17	34	26	52	50	100

Source : enquête sur le terrain

A partir de ce tableau statistique, on remarque que le pourcentage le plus élevé est de 52% représentant les salariés qui connectent rarement à l'internet, et 34% parmi eux connectent parfois, ainsi un pourcentage de 14% des salariés qui connectent souvent à l'internet. On constate aussi que un taux de 33.33% qui connectent souvent à internet se trouve dans la catégorie d'âge entre (18-25), et un taux de 44.44% qui connectent parfois sont dans la catégorie de plus de 40 ans, et en dernier un pourcentage de 66.66 des salariés qui connectent rarement se trouve dans la catégorie d'âge de (18-25).

L'utilisation de l'internet est presque rare dans l'accomplissement des tâches, et cela est du à le non utilisation de l'entreprise ainsi que les différentes tâches ne nécessitent pas à l'internet, et parfois les salariés utilisent l'internet en dehors des lieux de travail, donc a pour intérêt personnel.

On conclu que la non connexion a l'internet dans l'entreprise risque d'avoir une mauvaise communication entre le collectif des salariés.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N11 : la répartition de la population d'études selon la relation entre la réalisation des fonctions via internet et le poste occupé :

Réalisation des fonctions via internet	Oui		Non		Total	
	F	%	F	%	F	%
Poste occupé						
Cadre	04	100	-	-	04	100
Agent de maîtrise	10	66.66	05	33.33	15	100
Agent de l'exécution	05	16.12	26	83.87	31	100
Total	19	38	31	62	50	100

Source : enquête sur le terrain

A partir de ce tableau statistique, on remarque que le pourcentage le plus élevé est de 62% représentant les salariés qui ne réalisent pas la fonction via internet, par contre 38% des salariés réalisent des fonctions via internet.

Tenons à signaler en premier lieu que les cadres réalisent les fonctions via internet soit 100% puis on trouve que 66.66% des agents de maîtrises réalisent leur fonction via internet, enfin on trouve un taux de 83.87% des agents d'exécution qui ne réalisent pas des fonctions via internet.

L'utilisation de l'internet pour les cadres dans l'exécution de leurs tâches est importante pour bien organiser, gérer, planifier et structurer le bon déroulement du travail, pour cela l'internet dans cette organisation joue un rôle très efficace pour l'accomplissement des tâches mais pas un facteur de communication, cela peut influencer sur l'intégration des salariés.

AXE N04 : adaptation des salariés à l'utilisation des TIC.

Tableau N 12 : la répartition des membres de la population d'étude selon l'acquisition d'une formation complémentaire des TIC :

Acquisition d'une formation complémentaire des TIC	Fréquence	Pourcentage
Oui	14	28%
Non	36	72%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau montre que la population n'a pas bénéficié d'une formation complémentaire soit 72% et un taux de 28% pour l'acquisition d'une formation complémentaire.

Ont déduit que la majorité de la population n'a pas bénéficié d'une formation, cela indique que l'entreprise PASTA WORLD offre l'opportunité de travailler avec le minimum de bagage intellectuel.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N13 : la répartition de la population d'études selon leurs avis pour l'élargissement du champ de l'intégration des TIC dans votre entreprise :

L'avis des salariés sur l'élargissement du champ des TIC dans PASTA WORLD	Fréquence	Pourcentage
D'accord	42	84%
Non d'accord	08	16%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

D'après les données de ce tableau on remarque que la majorité écrasante des enquêtés de l'entreprise sont pour l'élargissement du champ de l'intégration des TIC dans l'entreprise avec une fréquence de 42 soit un taux de 84% et un taux de 16% soit une fréquence de 08 qui sont pas d'accord pour l'élargissement dans leurs entreprise.

L'utilisation des TIC semble être très importante pour les salariés de l'entreprise ce qui est confirmé par ces dernier qui sont en majorité d'accord d'installer de plus en plus les outils des TIC qui leurs permet d'accomplir leurs taches avec fiabilité et efficacité et aussi la performance de l'entreprise.

L'accord pour l'élargissement des champs des TIC dans l'entreprise permettent le développement de cette dernière.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N 14 : la répartition des membres de la population d'étude selon le degré de la motivation au sein de l'entreprise :

Degré de la motivation au sein de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Très fort	02	04%
Fort	08	16%
Moyen	31	62%
Faible	09	18%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau montre que la population d'étude sont répondu que leurs degré de motivation est moyen soit 62% une autre dit que ont un faible degré soit 18%, une qui dit que ont un fort degré de motivation soit 16% et un taux de 04% qui disent que leurs degré de motivation est très forte.

On a remarqué que le taux de motivation est moyen chez la plupart de la population étudiée, cela indique que les salarié sont pas bien motivés dans les lieux de travail et cela montre certaines difficultés que ca soit dans le coté matériels ainsi que humaines et relationnelle.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N15 : la répartition des membres de la population d'étude selon les conditions de motivation :

Les conditions de motivation	Fréquence	Pourcentage
Matérielles	18	36%
Relationnelles	30	60%
Autres	02	04%
Total	50	100 %

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau montre que la population d'étude dont 60% rassure que les relations du travail le motive plus, 36% disent que c'est les conditions matérielles et un taux de 04% qui répond par autres.

Ont déduit que la majorité de la population c'est les conditions relationnelles qui les motive, cela indique que les relations humaines dans les lieux du travail joue un rôle primordiale dans la motivation des travailleurs au sein de l'entreprise ainsi que les conditions matérielles qui permettent la facilité et fiabilité dans l'exécution de certaines taches qui nécessitent beaucoup de moyens.

AXE 5 : le rendement.

Tableau N16 : la répartition de la population d'études selon les outils qui permettent d'assurer un bon rendement :

Les outils qui assurent un bon rendement	Fréquence	Pourcentage
L'accomplissement des tâches	11	22%
La communication	26	52%
Le bon fonctionnement	13	26%
Total	50	100%

Source : enquête sur le terrain

D'après les données statistiques de ce tableau on constate que qu'une fréquence de 13 a un pourcentage de 26% représente les outils qui permettent d'assurer un bon rendement qui s'agit u bon fonctionnement et 52% qui s'agit de la communication, et un taux de 22% il s'agit de l'accomplissement des tâches.

Les salariés confirment dans leurs réponses, pour avoir un bon rendement dans l'entreprise, il faudra une bonne communication que ça soit entre les différents services et aussi entre les salariés *«les individus ont naturellement besoin d'appartenir à un groupe »*¹ ce qui crée une ambiance et une bonne atmosphère dans les lieux de travail.et pour le bon fonctionnement de l'entreprise ça nécessite des bonnes conditions du travail et aussi une meilleure gestion pour un bon rendement de la part des salariés.

¹ Chohmann.Free.fr/management/ecolerh.htm, consulté le 02/09/2017 à 17h.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N17 : la répartition de la population d'études selon la relation entre le salaire convenable a leurs efforts et leurs situations matrimoniales :

Salaire est convenable à votre effort	Oui		Non		Total	
	F	%	F	%	F	%
Célibataire	10	41.66	14	58.33	24	100
Marié(e)	15	57.69	11	42.30	26	100
Veuf (Ve)	-	00	-	00	-	00
Divorcé(e)	-	00	-	00	-	00
Total	25	50	25	50	50	100

Source : enquête sur le terrain

D'après les données chiffrées du tableau ci- dessus on remarque que 50% leurs salaire est convenable a leurs efforts, et 50% n'est pas convenable aussi, on constate que 57.69% qui ont un salaire convenable a leurs efforts sont des mariés, et 41.66% sont des célibataires, par contre 58.33% qui n'ont pas un salaire convenable à leurs efforts ce sont des célibataires, et 42.30% n'ont pas un salaire convenable à leurs efforts sont les mariés.

La rémunération est un facteur important dans la motivation des salariés, et selon les résultats récoltes, les salaries de l'entreprise PASTA WORLD affirment l'insuffisance des salaires donner par rapport a leurs efforts qu'ils donnent durant l'exécution des taches, et cela est confirmer beaucoup plus par la catégorie des mariés vu que leurs exigences financières.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N18 : la relation entre le niveau d’instruction et le degré de motivation au sein de l’entreprise PASTA WORLD :

Degré de motivation Niveau D’instruction	Très fort		Fort		Moyen		Faible		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Primaire	-	00	02	33.33	01	16.66	03	50	06	12
Moyen	02	12.5	04	25	09	56.25	01	6.25	16	32
Secondaire	-	00	05	29.41	09	52.94	03	17.64	17	34
Universitaire	-	00	01	09.09	08	72.72	02	18.18	11	22
Total	02	04	12	24	27	54	09	18	50	100

Source : enquête sur le terrain

A partir de ce tableau statistique, on remarque que le pourcentage le plus élevé est de 54% représente les salariés d’un degré de motivation moyen, et 24% d’un degré fort, suite a un pourcentage de 18% qui ont un degré de motivation faible, en dernier lieu un pourcentage de 4% qui ont un degré de motivation très fort.

On constate aussi dans ce tableau, un taux de 12% qui ont un degré de motivation très fort ont un niveau d’instruction moyen, et 33.33% qui ont un degré de motivation fort ont un niveau d’instruction primaire, et 77.77% qui ont un degré de motivation moyen des universitaires, et à la fin un taux de 50% qui ont un niveau faible on t un niveau primaire.

Le degré de motivation des salariés de l’entreprise PASTA WORLD semble être moyen, et cela peut s’expliquer par le non suffisance des conditions du travail ainsi que le facteur de rémunération que les salariés confirment que c’est insuffisant par rapport à leurs efforts que donnent dans l’exécution des taches.

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

Tableau N19 : la relation entre l'utilisation d'un logiciel dans l'exécution des taches et les outils qui permettent d'assurer un bon rendement :

Les outils qui assurent un bon rendement L'utilisation d'un logiciel	L'accomplissement des taches		La communication		Le fonctionnement		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Oui	03	18.75	06	37.5	07	43.75	16	100
Non	13	38.23	10	29.41	11	32.35	34	100
Total	16	32	16	32	18	36	50	100

Source : enquête sur le terrain

Selon les données de ce tableau, on conclue que 36% des salariés trouvent que le fonctionnement est un outil qui permet d'assurer un bon rendement, et 32% voient que la communication est un outil du rendement, ainsi l'accomplissement est un outil du rendement avec un pourcentage de 32%.

Les salariés de l'entreprise PASTA WORLD assurent que le bon rendement durant le travail sera principalement par l'utilisation des logiciels qui permettent la facilite et l'efficacité pour accomplir les taches occupées, aussi pour une fiable communication que ça soit entre la direction et différents services et ateliers ainsi entre les collègues du travail, et cela arrive au bon fonctionnement de l'entreprise ce qui permettra à la productivité plus élevée et a la rentabilité.

Donc cela peut être expliquer par les efforts fournis par les salariés de l'entreprise PASTA WORLD de mieux réaliser leurs taches dans les bonnes conditions de plus l'échange rapide de données et documents entre les différents services a partir des logiciels qui mènent a un bon déroulement des taches et

Chapitre IV : PARTIE PRATIQUE

ainsi a l'organisation des services ce qui mène a un bon rendement du travail et des travailleurs dans l'entreprise.

2.2. Vérification des hypothèses :

Après avoir collecté des résultats chiffrés et palpables, et après les avoir interprétés on a parvenu à dégager quelques idées générales qui vont confirmer ou infirmer les hypothèses qui ont préalablement supposés.

2.2.1. La première hypothèse :

La question du deuxième axe dans le questionnaire sert d'un instrument permettant la collecte des données chiffrées qui vont contribuer à la vérification de cette première hypothèse qui est « *Les TIC jouent un rôle essentiel sur le rendement des salariés* ».

Après l'analyse des différentes données on a pu déduire un taux élevé des salariés qui sont dotés d'une carte professionnelle à puce, soit 90% et une minorité des salariés qui ne disposent pas d'une carte professionnelle à puce soit 10%, cela implique l'investissement de l'entreprise dans le champ des TIC qui assure les meilleures conditions du travail à ses salariés.

On croisant entre les conditions du travail qui motive le plus et l'existence d'un réseau interne pour le partage de l'information, on est arrivé à déduire que la quasi-totalité de nos enquêtés soit un taux de 60% indique que le facteur relationnel est une condition du travail qui motive le plus, tant dis que 36% des enquêtés trouve que les conditions du travail qui motive le plus est le côté matériel.

Et pour ceux qui ont répondu par les facteurs relationnels, on trouve que 55% utilisent un réseau interne pour le partage de l'information qui confirme l'implication des TIC dans le rendement des salariés au sein de l'entreprise PASTA WORLD.

2.2.2. La deuxième hypothèse :

La question du cinquième axe dans le questionnaire, ont apporté des réponses sur la base desquelles on va procéder à la vérification de la deuxième hypothèse qui est « *les TIC ont un impact direct sur la performance dans l'entreprise* ».

On constate en premier lieu que la majorité de nos enquêtés affirment que les outils qui assurent la performance dans l'entreprise sont, la communication avec une fréquence de 26 sur la totalité soit 52%, puis un taux de 26% pour le bon fonctionnement de l'entreprise, enfin un pourcentage de 22% pour l'accomplissement des tâches. Puis lors du croisement entre les outils qui assurent un bon rendement et l'utilisation d'un logiciel, on a déduit que les salariés de l'entreprise PASTA WORLD assurent que la bonne performance de l'entreprise est due à l'utilisation des logiciels qui permettent la facilité et l'efficacité d'accomplir les tâches, aussi pour une fiable communication entre les différents niveaux hiérarchiques de l'entreprise, d'une autre part un bon fonctionnement de l'entreprise assure la productivité et la durabilité soit un taux de 36% , et un taux de 32% pour la communication et un taux de 32% pour l'accomplissement des tâches dans le poste occupé.

Pour cela on est arrivé à pouvoir dire que les TIC ont un impact direct sur la performance de l'entreprise, qui accorde une importance aux TIC au sein de PASTA WORLD.

Conclusion :

On a voulu traiter deux variables très importantes ou les technologies de l'information et de la communication jouent un rôle très important sur le rendement et l'entreprise en générale, et cela a travers les résultats qu'on a obtenus au cours de notre présente étude et données recueillis a travers nos sorties et nos investigations sur le terrain.

Notre étude montre que l'entreprise PASTA WORLD accorde une place a la technologie de l'information et de la communication, vu qu'elle à un rôle sur le rendement des salariés avec des différents types.

En outre, il est à signaler aussi que les technologies de l'information et de la communication est une opportunité avantageuse au service du développement des ressources humaines et cela, a partir de l'autonomie qu'elle suppose, et aussi par la professionnalisation qu'elles permettent, ce qui contribue au changement du processus du travail et la répartition des responsabilités dans chaque services et département existant au niveau de l'organisme d'accueil.

On trouve un facteur relationnel durant le travail entre les niveaux hiérarchiques imposé par l'entreprise (PASTA WORLD) via les outils des TIC pour un développement durable.

Comme il faut préciser l'accord des salariés de l'entreprise pour l'élargissement du champ d'utilisation des technologies de l'information et de la communication, sachant que cela joue un rôle majeur sur la rentabilité de l'entreprise et de déterminer des perspectives à relancer dans l'avenir.

Enfin la technologie de l'information et de la communication joue un rôle sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise PASTA WORLD, grâce a cette technologie qui a contribué à la réussite de cette entreprise, de ce fait, nos deux hypothèses sont confirmées.

Liste bibliographique :

Les ouvrages :

1. NICOLAS Eling, **Gestion des ressources humaines**, édition Dunod, Paris, 2014, p1
2. Raymond Quivy, « **Manuel de recherche en sciences sociales** », édition DUNOD, 3ème édition, Paris, 2006, pp 113-114
3. Ambroise ZAGRE, Méthodologie de recherche en sciences sociales, L'Harmattan, Paris, 2013, p70
4. TAKABAÏT Djamel, les TIC et la dynamique territoriale de développement : étude de l'usage des TIC dans les PME de BEJAÏA. Mémoire magistère en sciences économiques, Université de Bejaïa, 2010-2011, p23
Ibid. p23
5. AKTOUF Omar, **Méthodologie des sciences sociales et approches qualitative des organisations**, éd les presses de l'université du Québec, Montréal, 1997, p 27
Ambroise ZAGRE, op.cit. p84
6. RAYMON Quivy, **manuel de recherche en sciences sociales**, 3ème édition, Dunod, Paris, 1995, p149
7. LOUBET. Del Bayle Jean Louis, Initiation aux méthodes des sciences sociales, édition l'Harmattan, Paris, 2000, p 61.
8. RYMOND Boudon, les méthodes en sociologie, 12^{ème}, éd PUF, 2004, P
9. MATMATI, Mohamed. – Quels impacts des NTIC sur l'internationalisation des pratiques de GRH des firmes multinationales ? In : Groupe ESC Grenoble, N 144, avril 2000, p. 20.
10. WESPHALLEN, Marie-Hélène.-Liberty Thierry Communicator : toute la communication d'entreprise, Paris, p.9.
11. MILLER, G.A.-langage et communication. PUF, Paris, 1973, p.19.

12. GHYNEL Ngassi Ngakegni, Impact des TIC sur le tissu productif des biens et services au Maroc, P
13. LANDREA, Marie-France,- présentation d'internet : Internet et le Word Wide Web, Paris, 1998, P. 6.
14. ANGLEBERT, J. et al. - TCP/IP Internet/Intranet/Extranet. In : institut de la Gestion publique et du Développement économique, Novembre 2001, p. 204.
15. BOUTAYEB, S. - Dictionnaire des termes de base de l'informatique. - Paris, 1997, p. 52
16. SAADOUN, Mélissa. – Technologies de l'information et management, Hermès, Paris, 2000, p. 83.
17. POUILLARD, Valérie. – Les nouvelles technologies de l'information et de la communication : des outils au service des performances de l'entreprise, 200, p.27.
18. TABETDERRAZ IMANE EP, CHILI, **système de rémunération et management de la Performance des entreprises**, université Aboubekr belkaid- Tlemcen, 2013/ 2014,
Encadré par bendiabdellah Abdesselem, p, 164.
19. TABETDERRAZ IMANE EP.
20. JOSEE Martin, **le bien être au travail**, une secrétaire moderne, septembre 1990, P.P. 10.11
21. DE COSTER MICHEL, **sociologie du travail et des ressources humaines** 3eme édition, Bruxelles, 1995, p 166.
22. TABET DRRAZ IMANE EP. CHILI.
23. TABET DRRAZ IMANE EP. CHILI.
24. TABETDERRAZ IMANE EP. CHILI.
25. TABETDERRAZ IMANE EP. CHILI.

26.SAADOUN Meslissa, Avec le Temps, édition d'organisation, Paris, 1998, P156.
SAADOUN Melissa, ibid.,P 297.

Dictionnaires

Dictionnaire d'économie et de science social, édition actualisé paris, juin, 2002,p342

Dictionnaire d'économie et sciences sociales sous la direction de CD Echaude maison, Hathan, Paris1993

Revus

XINGJIAN Gao, extrait du discours de la réception de prix Nobel, décembre 2002

BELKHIRI, Ali. – Les enjeux des NTIC pour les entreprises Algérienne. In : la revue des sciences commerciales, Institut national de commerce, p.38.

BELKHIRI, Ali, - Les enjeux des NTIC pour les entreprises Algérienne. In : Revue des sciences commerciales, Institut national de commerce, Alger, P. 39.

Annexe A de la circulaire d'information 86-4 du 24 Mai 1994 (canada) ; (RS et DE)

ANGLEBERT, Joseph et al. - TCP/IP Internet/Intranet/Extranet, institut de la Gestion publique et du Développement économique. In : Revu de management, N°.3, Novembre 2001, p. 206.

Sites internet

www.memoireonline.com/.../m_L'impact-des-TIC-sur-l'entreprise8.html,
consulté le25/12/2016 à 11h.

<https://www.google.dz/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.management-aims.com/pg-32-methodes-de-recherche-quantitatives-html>.

Encyclopédie Britannica, la technologie. Consulté le 10/01/2017 à 20h

<http://www.britanica.com/EBchecked/585418/technology>. 21/02/2017 à 18h

URL : www.olats.Org/schoffer/definfo.htm, consulté le 25/04/2017 à 13h.

URL : www.olats.Org/schoffer/definfo.htm, consulté le 25/04/2017 à 13h.

FAI Fournisseurs d'Accès à Internet : permet à des individus ou à des entreprises de se connecter à l'internet, moyennant ou non le prix d'un abonnement. Les services suivant sont en règle générale proposés : naviguer sur le web (etc....).

URL : <http://pedagene.creteil.iufm.fr/internet/definit.htm> consulté le 01/07/2017 à 10h.

Questionnaire

Thème de recherche : l'impact des TIC sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise PASTA WORLD.

Nous sommes des étudiants en master 2 spécialisés en sociologie du Travail et des ressources humaines nous faisons une recherche de fin d'étude sur «l'impact des TIC sur le rendement des salariés au sein de l'entreprise» nous voudrions avoir votre avis a travers un ensemble de questions, auxquelles vous allez répondre d'une manière objective. Nous vous remercions pour votre collaboration.

Données personnelles :

1. **sexe** : A/Masculin B/Féminin

2. **Age** : A/ (18-25) B/ (25-30) C/ (35-40) D/ plus de 40ans

3. Niveau d'instruction :

A/Primaire B/Moyen C/Secondaire D/Universitaire

-L'année de l'obtention du diplôme.....

4. Situation Matrimoniale :

A/Célibataire B/Marié(e) C/Veuf(e) D/Divorcé(e)

5. Diplôme obtenu :

A/Ingénieur B/Licence C/ T.S D/Autres

6. Poste occupé :

A/Cadre B/Agent de maîtrise C/Agent de L'exécution

7. **L'année de votre recrutement** :.....

1ère partie : La disponibilité des TIC dans l'entreprise PASTA WORLD.

01/ Avez-vous un micro-ordinateur dans votre poste ?

A/Oui

B/Non

02/ Avez-vous accès à Internet ?

A/Oui

B/Non

03/ Avez-vous un logiciel qui vous aide dans l'exécution de vos tâches ?

A/Oui

B/Non

Si oui, lequel ?.....

04/ Avez-vous un réseau interne pour le partage de l'information ?

A/Oui

B/Non

05/ Avez-vous un équipement de contrôle d'accès à l'entrée de votre entreprise ?

A/Oui

B/Non

06/ Est-ce que vous êtes dotés d'une carte professionnelle à puce ?

A/Oui

B/Non

2ème partie : l'utilisation des technologies

01/ Quels sont les outils que vous utilisez pour la communication ?

A/ Le fax

B/ Le courrier

C/ L'intranet

D/ La boîte messagerie

E/ Le téléphone

C/ Affichage

02/ A quoi sert votre carte professionnelle à puce ?

- A/ Le contrôle d'accès a l'entreprise
- B/ Le pointage de la journée du travail
- C/ Identification au sein de l'entreprise
- D/ La gestion de la paye
- C/ Autre :

03/ Vous vous connecter à Internet :

- A/Souvent
- B/Parfois
- C/Rarement

04/ Réalisez-vous des fonctions via internet ?

- A/Oui
- B/Non

Si oui, lesquelles ? (cochez la ou les cases correspondantes)

- A/ Le recrutement
- B/ La formation
- C/ La communication
- D/ L'information
- E/ La gestion de la paie
- G/ Autre.....

3ème partie : Adaptation des salariés à l'utilisation des TIC

01/ Avez-vous rencontré des difficultés dans l'utilisation de ces nouveaux outils ?

- A /Oui
- B/Non

02/ Avez-vous reçu une formation pour mieux maitriser ces techniques ?

- A/Oui
- B/Non

03/ Avez-vous déjà consulté un collègue pour vous expliquer le fonctionnement de ces Outils ?

- A/Oui
- B/Non

04/ Etes-vous adapté rapidement à l'usage de ces TIC ?

A/Oui

B/Non

05/ Etes vous d'accord pour l'élargissement du champ de l'intégration des TIC dans votre entreprise ?

A/Oui

B/Non

4ème partie : le rendement.

1-Bénéficiez-vous de primes particulières lors de l'accomplissement d'une mission ou d'un effort ?

A/Oui B/non

Si oui est-ce-qu'elle vous a vraiment motivé ?

Expliquez.....
.....

2- Est ce que votre salaire est convenable a votre efforts ?

Oui non

- Votre salaire est de :

a- 20000-25000

b- 25000-30000

c- 30000-35000

d- Plus de 3500

Pourquoi ?.....
.....

3- Comment trouvez-vous le degré de la motivation au sein de votre entreprise ?

A/Très fort B/fort C/moyen E/faible

4- A votre avis quelles conditions de travail motive le plus?

A/Matérielle B/relationnelle C/Autres

Expliquez.....
.....
.....

5-Quel est le facteur motivationnel pour des résultats organisationnel, au delà d'un rendement fonctionnel?.....

.....
.....

6-Quels sont les outils qui permettent d'assurer un bon rendement?

.....
.....
.....