HAL
open science

La performance des entreprises de services : Un cadrage théorique d'un concept évolutif

Badr Bentalha, A Hmioui, L Alla

To cite this version:

Badr Bentalha, A Hmioui, L Alla. La performance des entreprises de services : Un cadrage théorique d'un concept évolutif. Alternatives Managériales et Economiques, 2020, 2, pp.58 - 78. hal-02470306

HAL Id: hal-02470306

https://hal.science/hal-02470306v1

Submitted on 7 Feb 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Alternatives Managériales et Economiques
E-ISSN : 2665-7511
https://revues.imist.ma/?journal=AME

BENTALHA et al. / Revue AME Vol 2, No1 (janvier, 2020) 58-78

La performance des entreprises de services : Un cadrage théorique d'un concept évolutif, BENTALHA, B. [1], HMIOUI, A.[2] et ALLA, L.[3]

1. Professeur agrégé, AREF Fès-Meknès, Doctorant, Laboratoire LAREMEF, ENCG, USMBA, Fès, bentalhabadr@gmail.com
2. Professeur de l'enseignement supérieur, ENCG de Fès, Laboratoire LAREMEF, USMBA, Fès, hamioui.aziz@yahoo.fr
3. Professeur assistant, ENSA de Fès, Laboratoire LAREMEF, USMBA, Fès, lhoussaine.alla.ma@gmail.com

Date de soumission : 25/12/2019 **Date d'acceptation : 24/01/2020**

Résumé :

La plupart des travaux conduits sur le thème de la performance ont longtemps favorisé la firme industrielle. A l'inverse, ils ont laissé de côté plus ou moins consciemment la firme de services. Certes, plusieurs articles ont été consacrés par le passé aux prestataires de services et aux entreprises de service, mais sans toujours s'appuyer sur les apports du management des services. L'objet de cet article est d'effectuer une revue de la littérature actualisée sur la performance et son application dans les entreprises de services. L'enjeu est de déterminer si oui ou non il existe un consensus sur sa définition, ses aspects discutés et les méthodologies choisies. L'examen de 32 articles montre que les définitions et les approches de la performance diffèrent d'une étude à l'autre. De nombreuses études ont porté sur la performance, soit de façon globale, soit de façon partielle, mais là encore, il est difficile de les comparer compte tenu de la multiplicité des approches utilisées. Les articles sont classés sur la base de l'analyse de contenu et les mots clefs sont analysés via une étude qualitative. Aussi, cinq méthodes : Exploratoire, normative, méthodologique, revue de littérature et test d'hypothèses sont prédominants. Sur la base de cet examen, certains problèmes de recherche possibles sont identifiés.

Mots- clés : Performance, Management, Entreprise de services, revue de littérature, approches de performance.

The performance of service companies : A theoretical framework for an evolving concept

Summary:
Most of the work carried out on the theme of performance has long favoured the industrial firm. Conversely, they have more or less consciously left out the service firm.
Admittedly, several articles have been devoted in the past to service providers and service companies, but without always relying on the contributions of service management.
The purpose of this article is to review the current literature on performance and its application in service firms. The challenge is to determine whether or not there is a consensus on its definition, the aspects discussed and the methodologies chosen. The review of 32 articles shows that definitions and approaches to performance differ from one study to another. Many studies have examined performance, either comprehensively or partially, but again, it is difficult to compare them given the multiplicity of approaches used. Articles are classified on the basis of content analysis and keywords are analysed through qualitative research. Also, five methods: exploratory, normative, methodological, literature review and hypothesis testing are predominant. On the basis of this review, some possible research problems are identified.

Key words: Performance, Management, Service companies, literature review, performance approaches.

Introduction

Le secteur des services est en expansion continue et soutenue. Il n'y a pas si longtemps, les services bancaires ou d'achat en ligne n'existaient pas. Les services ne se simplifient pas aux seuls services à l'industrie. Les services ne se réduisent pas seulement à un ensemble d'emplois peu qualifiés, les deux tiers un peu près sont et seront des emplois qualifiés.

Un service peut être défini comme une prestation qui consiste en la mise à disposition d'une capacité technique ou intellectuelle. Les services recouvrent un vaste champ d'activités qui va du commerce à l'administration, en passant par les transports, les activités financières et immobilières, les activités scientifiques et techniques, les services administratifs et de soutien, l'éducation, la santé et l'action sociale. Une distinction doit être faite entre le concept du secteur des services marchands qui désigne un ensemble de service échangeables sur un marché en contrepartie d'un prix et le concept de service non marchand qui désigne un ensemble de service quasi-gratuites et obtenus dans des conditions plus spécifiques. Aussi, nous pouvons distinguer les services privés offerts par les entreprises du secteur privé en contrepartie d'un prix d'échange et le secteur de service public offert par les organisations publiques sous forme d'un bien collectif et d'intérêt général.

Le développement des services apparaît comme une tendance majeure des économies développées au XXème siècle, à la fois en terme macro-économique (domination du secteur tertiaire) qu'en termes micro-économiques, du fait de la nature des tâches assurées au sein des entreprises ou de la nature des produits/services offerts par ces dernières. En même temps, le développement d'offres de services est souvent présenté comme une stratégie de différenciation, susceptible d'éviter aux entreprises une confrontation directe sur les prix de produits banalisés.

La structure de l'économie a changé mais les modes de gestion ont été façonnés dans le contexte d'une économie encore dominée par sa composante industrielle. Premiers employeurs du secteur marchand pour plusieurs pays, premiers créateurs d'emplois et d'entreprises, les services n'ont d'autre ambition que de développer encore plus. Pour cette raison l'analyse de la performance des services est cruciale.

La performance est une notion difficile à définir, la comparaison des traductions possibles est révélatrice de cette difficulté conceptuelle. En anglais, le mot est identique, la signification ne l'est pas. « To perform » a le sens d'effectuer, de réaliser ou d'accomplir quelque chose. La performance ne peut pas être réduite à une unique dimension qui engloberait toutes les autres mais à l'inverse, il est nécessaire de reconnaître la coexistence de plusieurs dimensions pour lesquelles il n'existe pas un optimum qui s'imposerait à toutes les parties prenantes.

Dans cet article, on tente d'examiner l'état de la littérature concernant la performance des entreprises du secteur des services. Un système de classification de la littérature est proposé. Un total de 32 articles de plusieurs revues universitaires sont classés dans cinq approches méthodologies : Exploratoire, normative, méthodologique, revue de littérature et test d'hypothèses. Cette revue de littérature est complétée par une analyse thématique des choix les plus adoptés et d'une analyse qualitative de contenu des articles et des mots clefs. Après cette analyse, certains problèmes de recherche possibles ont été identifiés.

Pour traiter notre problématique, nous traitons dans ce papier de recherche respectivement le cadre théorique et conceptuel (1), la démarche méthodologique adoptée (2), les résultats de l'étude et les conclusions essentielles (3).

1. CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL

1.1. La performance : une polysémie conceptuelle

Bourguignon (1995) explique que la performance en gestion recouvre trois sens : l'action, le résultat et le succès. Ainsi, il propose la définition suivante : « la performance est la réalisation des objectifs organisationnels ». Otley (1999) définit une entreprise performante comme « celle qui atteint avec succès ses objectifs ; en d'autres termes, c'est celle qui a implémenté de manière efficace une stratégie appropriée ». Pour Bouquin (2009), une organisation performante est celle qui parvient à « satisfaire les attentes des parties prenantes en agissant sur le niveau de ces attentes et/ou en s'organisant pour produire le surplus rétributif attendu par ces dernières ».

En effet, pour mieux appréhender toute la complexité et la richesse de la notion de performance organisationnelle, certains auteurs (Kalika, 1988 ; Kaplan et Norton, 1992, 1993 ; Morin et al., 1994) proposent une vision plus large. Ces auteurs proposent d'intégrer des indicateurs variés tels que la qualité du produit et du service, la mobilisation des employés, le climat de travail, la productivité, la satisfaction de la clientèle, etc. Dans ce cadre, la performance d'une organisation induit la satisfaction des parties prenantes et l'alignement stratégique. La performance a amplement été dans le passé un concept unidimensionnel. Au début, elle était mesurée exclusivement par le profit. Ainsi, la mesure de la performance vise particulièrement la création de valeur pour les actionnaires. Cette logique purement financière fait l'objet de fortes critiques dans la littérature (Lebas, 1995 ; Bouquin, 2004 ; Dohou-Renaud, 2009). Cette vision n'intègre pas les différents acteurs des parties prenantes en dehors de l'actionnaire.

La performance est donc plus globale et associée à quatre principes fondamentaux (Marion et al., 2012) :

- L'efficacité : traduit l'aptitude de l'entreprise à atteindre ses objectifs, en rapportant les résultats aux objectifs ;
- L'efficience : met en relation les résultats et les moyens, en rapportant un indicateur de résultat à indicateur de mesure des capitaux employés ;
- La cohérence : traduit la concordance des composants de base de l'organisation pour mesurer la performance organisationnelle en rapportant les objectifs aux moyens (Ecosip, Cohendet et al., 1995) ;
- La pertinence : met en relation les objectifs ou les moyens avec les contraintes de l'environnement.

L'analyse de la performance est basée sur le dépassement des objectifs fixés ou atteints par les concurrents. Les objectifs visés peuvent être de différentes natures : économiques liés à l'activité de l'entreprise, sociaux et concernent les salariés et les conditions de travail et enfin environnementaux s'ils touchent des aspects écologiques ou de la société. Ainsi, pour estimer la

performance d'une entreprise, il est obligatoire d'effectuer des mesures à tous les niveaux : financier, économique, social, organisationnel et sociétal. Cette performance se mesure donc avec des indicateurs qualitatifs ou quantitatifs de natures variées. Les recherches utilisent habituellement plusieurs indicateurs de performance (par exemple, dix-neuf indicateurs pour Delmar et al., 2003).

Toute entreprise se situe à l'intersection de plusieurs itinéraires de performance. La performance d'une entreprise dépend dès lors de plus en plus fortement de sa capacité à optimiser ses relations avec ses partenaires, à interfacer et intégrer ses systèmes d'information et processus décisionnels, à synchroniser ses flux de produits et ses activités. Néanmoins, la performance de l'entreprise de services semble être différente et spécifique.

1.2. L'entreprise de services et le secteur des services

Il existe quatre caractères principaux qui distinguent les services des activités industrielles : ils sont immatériels, hétérogènes, produits et consommés simultanément et non stockables (Looy et al., 2003 ; Fitzsimmons et Fitzsimmons, 2008).

Le service est présenté comme « l'activité offerte à la vente qui donne des avantages et satisfactions sans entraîner un échange sous la forme d'un bien ». Certains auteurs présentent l'intangibilité comme l'inaccessibilité aux cinq sens avant l'achat (Cowell, 1984 ; Kurtz et Clow, 1998 ; Zeithaml et Bitner, 2002). Dans ce cadre, Kotler et Booms (1983) précisent que « les services sont intangibles. Ils ne peuvent être vus, goûtés, ressentis ou sentis avant d'avoir été achevés ». Flipo (1987) étend cette définition en affirmant que cette inaccessibilité sensorielle peut également avoir lieu pendant l'achat, voire même après achat. Il définit, l'intangibilité comme étant synonyme de l'immatérialité. La littérature considère donc comme produit tout bien tangible et comme service tout bien intangible.

Aussi, le service est par définition un processus s'étalant dans le temps. En effet, sa consommation est différente des biens. En outre, il subit des modifications dans sa satisfaction à cause du rôle du personnel en contact, des facteurs situationnels de l'environnement et enfin à cause des attentes et participation du client dans sa réalisation. Le personnel de contact est l'élément central de la prestation de service. Pour cette raison, la formation, l'animation et le contrôle du personnel de contact sont des éléments déterminants de performance des activités de service. Selon Perron (1996), la difficulté de standardisation des services est double parce que deux variables doivent être prises en compte : le temps et l'espace. En effet, un service ne peut être considéré comme standardisé sauf s'il est identique d'un client à l'autre et d'un jour à l'autre. Ainsi, les diversités des services rendent l'évaluation de la qualité plus difficile que celle des biens.

Le non stockage est à la source d'autres problèmes inhérents aux services en raison d'une capacité de production limitée face à une demande variable et parfois imprévisible. De nombreuses réflexions en management des services portent sur la détermination de la capacité optimale et sur les leviers d'action disponibles pour utiliser au mieux une capacité existante (Meyssonnier, 2008). Les services sont conçus et consommés conjointement (inseparibility ou simultaneity). Selon

Lejeune (1989), cette simultanéité de la production et de la consommation des services implique quatre principales conséquences :

- L'importance de la participation du personnel en contact avec le client.
- La forte participation du client.
- Un lien étroit entre les fonctions marketing et les opérations.
- La possibilité d'adapter la prestation à chaque client, dans une certaine mesure, sinon les coûts seront prohibitifs.

La présence du consommateur durant la servuction de plusieurs services implique l'absence de délais entre la prestation de service et sa consommation. La production de service implique une interaction plus ou moins profonde de l'offreur et du client. Contrairement aux biens, les services ne peuvent pas être stockés. Cela est dû à la fois à leurs natures immatérielles, de leurs ajustements aux besoins significatifs des clients et également selon la simultanéité de leur production et de leur consommation.

Le secteur des services produit des services immatériels. Les pays dont l'économie est centrée sur le secteur des services sont généralement considérés comme plus avancés que les économies industrielles ou agricoles. Parmi ces pays qui mettent fortement l'accent sur le secteur des services on recense les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Australie et la Chine se classent parmi les premiers. Les activités de services ont généré les deux tiers des implantations internationales en Europe entre 2006 et 2011. Aussi les services contribuent dans plus de 70% de la valeur ajoutée mondiale. L'évolution grandissante des services a commencé depuis les années 80 mais elle s'est largement intensifiée dans les années 90.

Au niveau des entreprises on peut également faire le même constat de la progression du secteur des services. En effet, la part des consommations intermédiaires des entreprises de service atteint 40 % pour le service marchand. Cette analyse faite du secteur de service cache une grande dispersion interne dans ce secteur de services. Globalement, plusieurs indicateurs peuvent attester de la place majoritaire du secteur des services dans la création des richesses mondiales. Au Maroc, le secteur des services occupe également une place importante. Historiquement, le secteur de service n'arrivait pas auparavant à créer beaucoup de valeur ajoutée comme aujourd'hui. La part du secteur des services est passée de 51 % en 2000 à 58 % en 2014.

Les entreprises de services sont des unités économiquement indépendantes de la production dans le secteur des services, qui produisent et distribuent un ou plusieurs services (Burmenko, 2008). Les spécificités du secteur des services déterminent les priorités de diversités de la gestion des organisations de services. À leur tour, ceux-ci définissent des approches particulières au développement de la stratégie entreprise fournissant des services. La servuction représente « l'organisation systématique et cohérente de tous les éléments physiques et humains de l'interface client-entreprise nécessaires à la réalisation d'une prestation de service dont les caractéristiques commerciales et les niveaux de qualité ont été déterminés » (Eiglier et Langeard, 1988).

2. Cadre méthodologique de recherche

2.1. Objet de la recherche

A l'ère de la société actuelle la plupart des transactions réalisées relèvent des entreprises de services et non de biens. Néanmoins, la littérature est orientée plus vers les biens que les services d'où un manque remarquable en termes d'analyse de la performance pour les entreprises de services. Pour ces entités le service est à la base de l'activité et de la création de richesse.

2.2. La mesure de la performance dans les revues de littérature

Dans la littérature en gestion, la performance est perçue comme une notion à la fois complexe et floue (Otley, 1999 ; Bouquin, 2009 ; Bourguignon, 2009). Le concept est loin d'être clairement défini ; soit il est défini de nombreuses manières, en fonction des sujets ou objets de recherche soit il est mal défini et relate d'autres conceptions proches.
La performance semble avoir un caractère contingent et est généralement définie en fonction de l'objet de recherche. La littérature en contrôle de gestion souligne toutefois une évolution notable de ce concept. Tout un courant de littérature (Ittner et Larcker, 1998a ; Ittner et Larcker, 1998b ; Bankeret al., 2000 ; Ittner et Larcker, 2009) s'est intéressé à la distinction entre performance financière et performance non financière dans les organisations (Baglin et Malleret, 1995 ; Banker et al., 2000 ; Dittman et al., 2009). Aussi, Bouquin (2004) indique que mesurer la performance revient à mesurer les trois dimensions qui la composent à savoir l'économie (se procurer les ressources au moindre coût), l'efficience (rapport d'un bénéfice aux moyens mis en œuvre) et l'efficacité (réalisation des objectifs).

Au niveau comptable et financier, plusieurs critères essaient de mesurer la performance. En effet, Campbell (2008) présente sur la base d'une étude de la littérature trente critères permettant de mesurer la performance dans ses différentes dimensions. Certains critères sont relativement facilement quantifiables (productivité, profit, absentéisme, etc.) et issus de la comptabilité financière (résultat). Néanmoins, d'autres critères sont au contraire compliqués et difficilement quantifiables (éthique, accomplissement, valeurs, etc.).

2.3. Démarche méthodologique : étude qualitative et revue de littérature

Les études qualitatives cherchent à répondre à la question du pourquoi et non du comment. L'objectif de ces études est d'explorer une situation. Elles permettent de déterminer les attentes, les freins et les motivations. En effet, une donnée qualitative désigne une donnée de signification immédiate qui revêt une forme discursive (Paillé et Mucchielli, 2003).

Pour explorer l'analyse de la performance des entreprises de services nous avons mené une analyse littéraire et textuelle de 32 articles scientifiques traitants cette relation. Chaque article a été lu et analysé grâce à des grilles développées spécifiquement pour l'étude et correspondant à chacun des objectifs. La grille d'analyse nous a permis de procéder à une lecture ordonnée des articles et de faire ressortir les principales avancées en termes de cadrage théorique du phénomène, des objets de recherche, des méthodologies employées, des principaux résultats rencontrés, ainsi que des principales pistes de recherche futures.

Pour la collecte des données nous avons adopté une approche globale et intégrée qui consistent à regrouper et à catégoriser les articles en relation avec notre sujet. Les articles font l'objet d'une analyse qualitative par le biais d'une analyse de contenu qualitative (Thiétart et al., 1999). Nous avons utilisé les paramètres théoriques relatifs au processus de la performance et nous avons catégoriser également la méthodologie de recherche utilisées, l'année de publication, la branche de thème choisi et également les principaux mots clefs des articles étudiés. L'analyse textuelle et l'analyse de données textuelles a été réalisée via les logiciels TROPES et IRAMUTEQ.

Pour la présentation des résultats, nous allons commencer par une étude thématique relative aux thèmes traités lors des différents articles. Ensuite, nous allons procéder à une analyse globale de l'ensemble des méthodes, mots clefs et année de publication afin d'affiner une classification moderne des approches traitant la performance des entreprises de services.

3. Résultats et discussion

3.1. L'analyse thématique de la performance des entreprises de services

Notre premier résultat de l'étude menée est relatif au domaine thématique des travaux de recherche. Nous avons catégorisé les travaux publiés sur la performance des entreprises de services en fonction du domaine analysé en travaillant avec 9 domaines principaux. Il s'agit de :

- La gestion publique
- L'assurance
- Le commerce
- L'éducation et l'enseignement
- La finance
- La santé
- Les télécommunications
- Le tourisme
- Le transport

Le tableau 1 présente le résultat de la déclinaison des différents travaux de recherche étudiés par les familles de domaines de services :

Tableau 1 – L'analyse thématique de la performance appliquée aux entreprises de services

Thèmes	Références
Performance et administration publique	Danciu (2007) Moumene et Benhrimida (2017) Piney, Nascimento, Gaudart et Volkoff (2012) Mjidila, El wazani et Souaf (2017)
Performance et assurance	Pestieau et Pirard (1989) Kibira, Morris, Kumaraguru (2016) Outreville (2012)
Performance et commerce	Hervieux (2007) Gallouj, Gallouj et Vigliano (2012) Martin (2014) El Koraichi (2011) Hackl, Kummer, Winter-Ebmera, Zulehne (2014) Colier et Venables (2009)
Performance et éducation	Atallah, Boyer (2004) Lenoir (2012)
Performance et finance	Hanafi Tumin et Mohd-Said (2010) Crifo, Ponssard (2008) Allouche et Laroche (2005) Bnouni (2011) Lapenu, Konini et Razakaharivelo (2009) Harash, Al-Timimi, Alsaadi (2014)
Performance et santé	Zeynep Or (2000) Vrijens, Renard, Walckiers, Meeus, Léonard (2014) De Pouvourville (1998) Murray et Frenk (2000)
Performance et télécommunication	Majumdar (1992) Bouras, Feekih et Bouraoui (2013)
Performance et tourisme	Neault (2004) Ben Massou (2015)
Performance et transport	Bouzaâbiaa et Boumaiza (2013) Dumoulin, Meschi & Uhlig (2000) Ouabouch & Amri (2014)

Source : Document élaboré par nous même

L'analyse thématique de la performance appliquée aux entreprises de services nous a montré une diversité des approches. En effet, il existe des thèmes plus récurrents et plus discuté par les chercheurs en science de gestion comme le montre le tableau 2.

Tableau 2 – L'analyse thématique de l'analyse de la performance des entreprises de services

Thèmes	Nombre d'articles	Pourcentage
Performance et administration publique	4	12,50%
Performance et assurance	3	9,38%
Performance et commerce	6	18,75%
Performance et éducation	2	6,25%
Performance et finance	6	18,75%
Performance et santé	4	12,50%
Performance et télécommunication	2	6,25%
Performance et tourisme	2	6,25%
Performance et transport	3	9,38%
Total	32	100,00%

Source : Document élaboré par nous même

La catégorie thématique commerce et finance a reçu le maximum d'attention des chercheurs avec un total de 12 articles soit 37,5 % pendant la période d'investigation. Performance et santé et

gestion publique a été le sujet qui a reçu ensuite le plus d'attention avec un total de 8 articles (25 %). Les secteurs de services les moins discutés par les chercheurs sont : l'enseignement et l'éducation, l'assurance, le transport, les télécommunications et le tourisme.

3.2. L'analyse méthodologique de la performance appliquée aux entreprises de services

Mentzer and Kahn (1995) ont mis en place une catégorisation des méthodes de recherche sur 5 catégories :

- Littérature normative : "Recherche qui examine ce qui devrait être et ce que les individus et les organisations devraient faire"
- Revues de la littérature : Revue et synthèse de la littérature existante, dont le résultat est le développement d'un cadre, de propositions ou de prescriptions normatives fondées sur la littérature existante.
- Études exploratoires : Recherche qui fait des observations de la gestion de l'offre dans le but de développer des théories, mais laisse l'essai des théories pour d'autres études.
- Revues de la méthodologie : Revue des méthodes de recherche utilisées dans le domaine de la gestion de l'offre. Un article « comment » comprend des articles qui passent en revue / introduisent une méthodologie de recherche académique ainsi que la méthodologie d'un praticien.
- Test d'hypothèse : Articles qui introduisent puis testent des hypothèses ou des propositions de recherche.

Les données du tableau 3 montrent que la recherche exploratoire domine (56,25%) vu que plusieurs auteurs travaillent sur des observations dans le but de développer des théories, mais laisse l'essai de ces théories pour d'autres études. Les tests des hypothèses sont relativement faibles (21,88 %). Suivi par l'étude normative (9,38 %) qui examine ce qui devrait être et ce que les individus et les organisations devraient faire et la revue de la littérature. Enfin, la revue méthodologique (3,13 %) est relativement trop marginalisée.

Tableau 3– L'analyse méthodologique de la performance

Méthode	Exploratoire	Méthodologique	Normative	Revue de littérature	Test d'hypothèses	Total
Nombre d'article	18	1	3	3	7	32
Pourcentage	56,25%	3,13%	9,38%	9,38%	21,88%	100%

Source : Document élaboré par nous même

La tendance du nombre de publications a été croissante au cours des quinze dernières années. Ainsi, nous pouvons faire une analyse méthodologique par année afin de décrire l'évolution dans le temps des méthodes utilisées par les chercheurs comme le montre le tableau 4 :

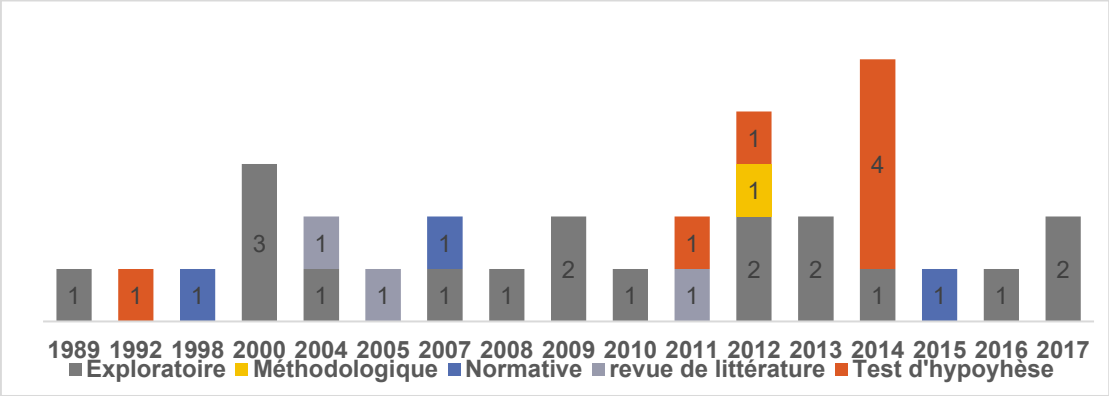
Tableau 4 – L'analyse méthodologique par année de la performance des entreprises de services

Méthode	1989	1992	1998	2000	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	T
Exploratoire	1			3	1		1	1	2	1		2	2	1		1	2	18
Méthodologique												1						1
Normative			1				1								1			3
Revue de littérature					1	1					1							3
Test d'hypothèses		1									1	1		4				7
Total	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	4	2	5	1	1	2	32

Source : Document élaboré par nous même

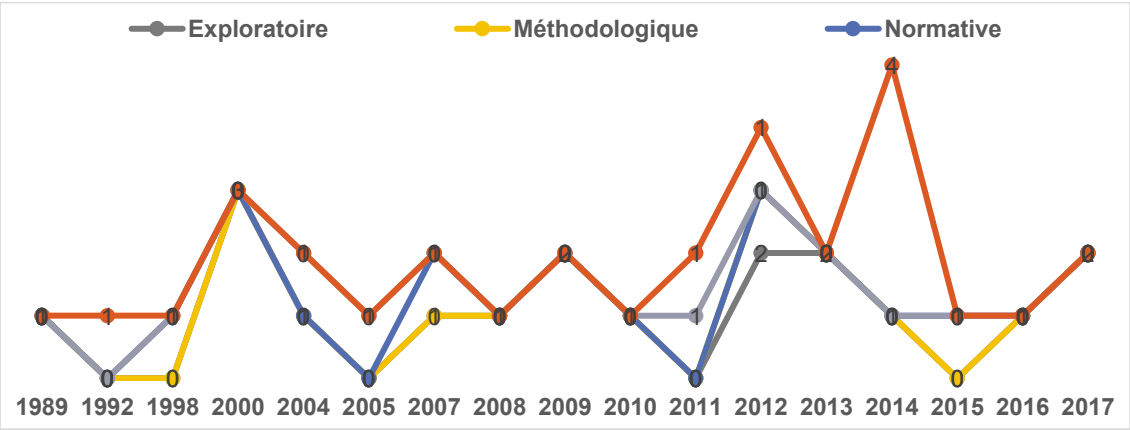
Ce tableau 4 montre que le sujet de la performance a vu un important axe de recherche au cours des dernières années. En effet, 56% des travaux sont publiés après 2010 (Figure 1 et 2).

Figure 1 – L'analyse méthodologique de la performance appliquée aux entreprises de services dans le temps



Source : Document élaboré par nous même

Figure 2 – L'analyse méthodologique de l'application de la performance aux entreprises de services dans le temps



Source : Document élaboré par nous même

Les supports de publication relatifs à notre sujet sont différents et multiples. Parmi les journaux reconnus pour leur excellence académique, nous notons la présence de 3 articles publiés dans le « La revue tiers monde », 2 dans la « Revue d'économie financière » et 2 dans la « Revue d'économie du développement ».

Les articles sont aussi différenciés selon l'intégration des trois dimensions de la responsabilité sociale. En effet le tableau 5 montre que seulement 10% des articles intègrent les trois dimensions de la performance (économique, sociale et sociétale). Individuellement, la dimension économique est la plus prépondérante avec 46,88% du total des articles analysés. Aussi, la dimension de la performance environnementale est inexistante dans les articles que nous avons analysés. En effet, la performance des entreprises de services n'a pas été analysé seulement sur l'aspect environnemental mais complétée par la partie économique ou sociale.

Tableau 5 –Représentation des dimensions de la performance des articles de la revue

Dimensions	Nombre d'articles	Pourcentage
Economique	15	46,88%
Environnementale	0	0,00%
Sociale	2	6,25%
Economique et environnementale	3	9,38%
Economique et sociale	8	25,00%
Environnementale et sociale	1	3,13%
Economique, environnementale et sociale	3	9,38%
Total	32	100,00%

Source : Document élaboré par nous même

3.3. L'analyse textuelle de la performance des entreprises de services

L'objectif de cette analyse textuelle est de faire une analyse thématique et textuelle sur les résumés des articles et sur les mots clefs de notre revue de littérature. Pour cette raison, nous avons regroupé les articles dans un corpus de texte brut et aussi les mots clefs recensés des différents travaux. Aussi, nous avons procéder à une lemmatisation du contenu. C'est un processus permettant de considérer les différentes flexions d'une forme comme une seule forme, avec pour conséquence de reconnaître, par exemple, le féminin d'un adjectif au lieu du masculin ; le pluriel au lieu du singulier ; un verbe conjugué au lieu de son infinitif. Ce travail est également applicable aux termes qui sont synonymes et à leurs abréviations, etc. (Gauzente et Peyrat-Guillard, 2007). Pour analyser cette approche textuelle nous allons présenter d'abord l'analyse des mots clefs des différents articles et ensuite l'analyse textuelle des résumés des travaux.

- **Analyse des mots clefs des chercheurs :**

L'analyse statistique via IRAMUTEQ des mots clefs des résumés des articles scientifiques traitants la performance dans les entreprises de services, nous permet de dégager une panoplie d'items fondamentaux d'appréciation du niveau d'engagement et de l'orientation des recherches (Tableau 6).

Tableau 6 – Extrait de l'analyse conceptuelle des mots clefs

Concept	Occurrence				
Performance	21	Contrôle	4	Gestion	3
Marketing	8	Client	4	Entreprise	3
Social	6	Responsabilité	3	Education	2
Evaluation	4	Relation	3	Vie	2
Service	4	Qualité	3	Valeur	2
Management	4	Public	3		
		Indicateur	3		

Source : Document élaboré par nous même

- **Analyse des résumés des chercheurs :**

Une lecture des premières formes actives les plus fréquentes rend un premier aperçu des réflexions des chercheurs de la performance appliquée aux entreprises de services (Tableau 7).

Tableau 7 – L'analyse conceptuelle des résumés

Concept	Occurrence
Performance	86
Entreprise	26
Objectif	22
Service	21
Système	18

Recherche	18
Client	18
Sante	16
Relation	16
Gestion	15
Etude	14

Utiliser	13
Travail	13
Social	13
Pays	13

Source : Document élaboré par nous même

Même si la Figure 3 n'offre pas de réel apport scientifique, nous pouvons facilement distinguer que les formes comme « client » et « objectif » ressortent remarquablement. Dans un deuxième temps, ces sont les formes comme « système », « mesure » et « relation » qui sont repérables. Cette image n'est en effet rien d'autre qu'une représentation graphique du tableau de fréquence des formes employées dans notre corpus de texte. Plus la forme est employée, plus sa fréquence sera élevée et naturellement l'outil « Nuage de mots » d'IRAMUTEQ la présentera plus grande.

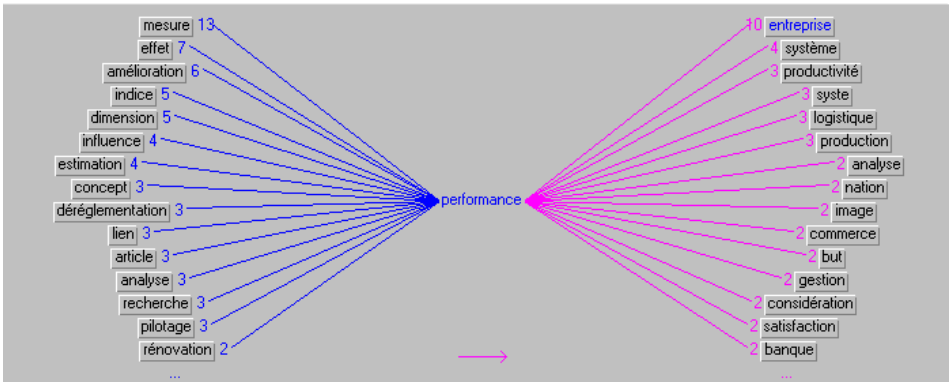
Figure 3 – L'analyse du nuage des items fondamentaux des résumés des travaux

Source : Résultats de l'étude statistique

L'analyse linguistique repose sur l'idée qu'il existe des connections entre système linguistique et système cognitif, et il s'agit alors de prendre en charge à la fois les aspects liés à la cohérence référentielle (ce à quoi le texte se réfère : des substantifs, signes linguistiques qui renvoient à une réalité extra linguistique) et aussi ceux relatifs au contexte d'énonciation (comment est-ce dit : des verbes, des adverbes, des conjonctions, des connecteurs qui servent à traduire la relation du locuteur à la situation, son point de vue et ses jugements). Voici nos principales conclusions après l'analyse de similitudes :

Nous pouvons remarquer d'abord que le concept le plus mis en relation : La performance. Aussi, la question de la mesure de la performance est la plus répliquée par les chercheurs (Figure 4).

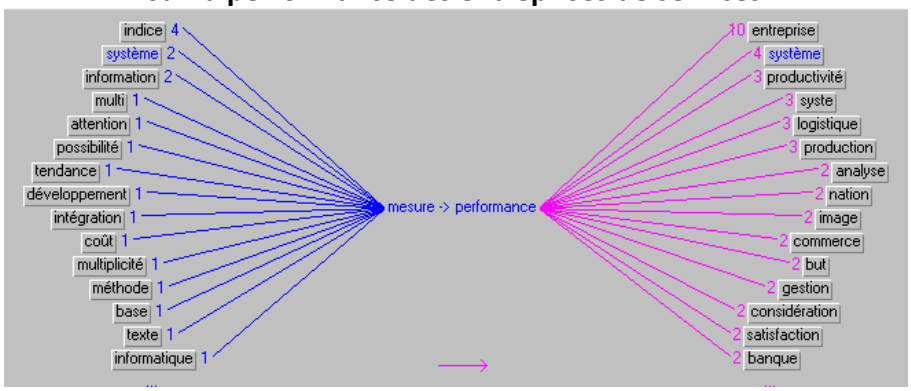
Figure 4 – Analyse des similitudes appliquée aux recherches sur la performance des entreprises de services



Source : Résultats de l'étude statistique

Ainsi, nous avons affiné la relation la plus fréquente : mesure – performance. En effet, nous pouvons constater que la mesure de la performance est orientée par les chercheurs aux choix d'indices et de la mise en place d'un système de mesure de cette performance (Figure 5).

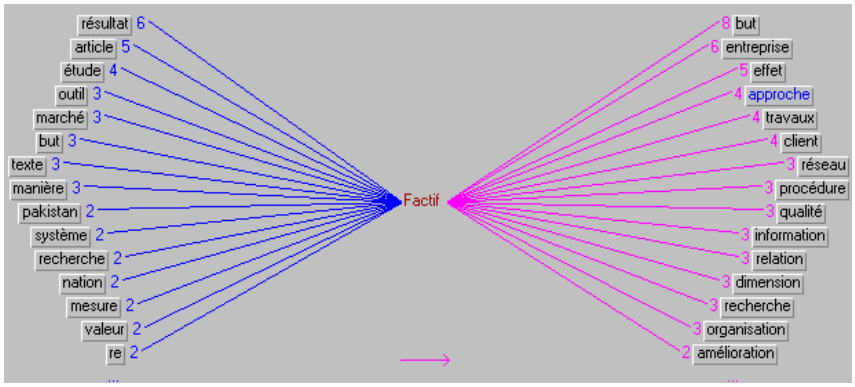
Figure 5 – Analyse des similitudes en termes de relation conceptuelle appliquée aux recherches sur la performance des entreprises de services



Source : Résultats de l'étude statistique

Nous constatons une forte présence des verbes d'action, traduisant ainsi plus d'opérationnalisation et une tendance vers la confirmation et les tests d'hypothèses (Figure 6).

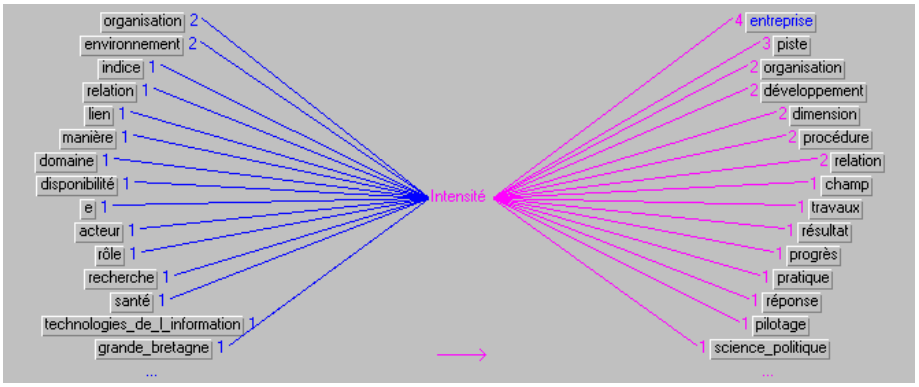
Figure 6 – Analyse verbale des recherches sur la performance des entreprises de services



Source : Résultats de l'étude statistique

A ce niveau, nous remarquons un recours massif vers la modalisation d'intensité de la performance (avec 41,8 % des occurrences). Ce qui en fait un des champs d'action les plus fertiles du management par la performance, offrant ainsi d'importantes marges de manœuvre de l'entreprise (Figure 7).

Figure 7 – Intensité des concepts utilisée dans la performance des entreprises de services



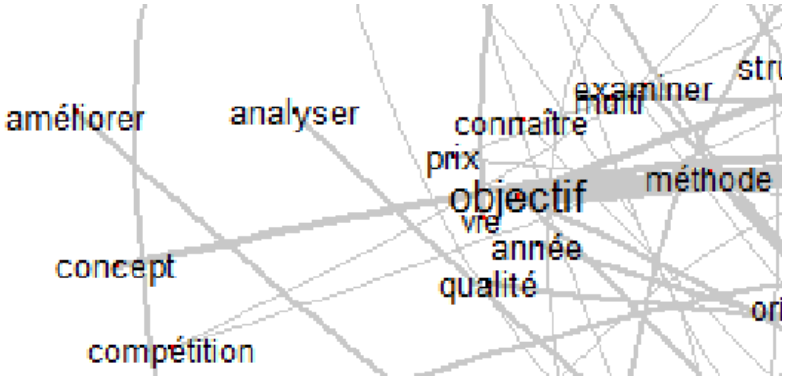
Source : Résultats de l'étude statistique

Voici un extrait de verbatim pour montrer cette intensité de modalisation :

- Pas plus que la finance solidaire ou les monnaies locales ne peut être en soi une réponse à **tous les** problèmes de développement.
- Il est nécessaire d'inclure **tous les** acteurs de la chaîne de valeur. Les producteurs du commerce équitable pourraient dès lors se transformer en l'un des maillons d'une chaîne de production solidaire,
- Sont **autant** de pistes pour élaborer, distribuer et commercialiser des biens ou des services jusqu'à leur consommation finale,
- Que cette manière de faire est **trop** restrictive et **de moins en moins** adaptée à un secteur de tourisme.

Phénomène de causalité : Une recherche de causalité et de modélisation. En effet, nous avons remarqué une forte implication méthodologique des chercheurs qui ont tous adopté un rapprochement entre les objectifs visés en termes de performance et de l'examen des méthodes choisies comme le montre la figure 8.

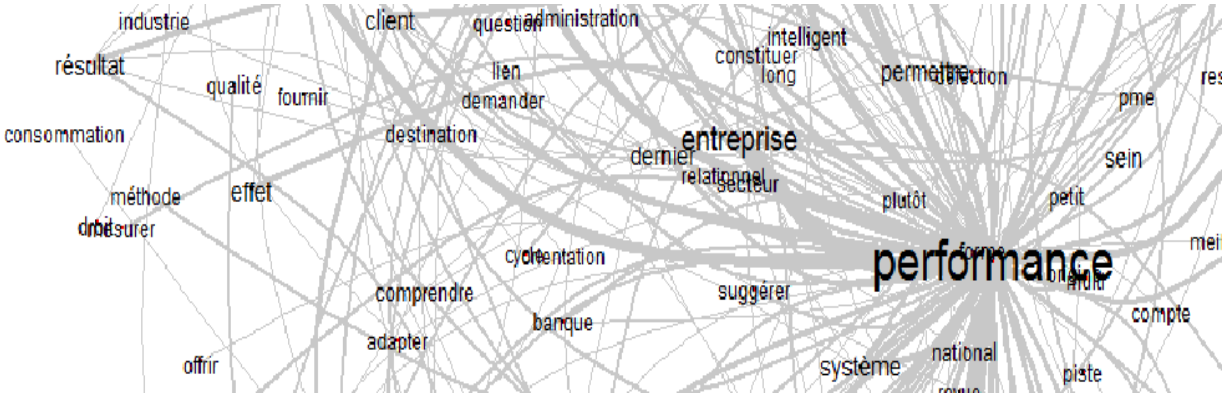
Figure 8 – Analyse des similitudes appliquée aux recherches sur la performance des entreprises de services



Source : Résultats de l'étude statistique

Nous pouvons remarquer que le terme performance est centrale et qu'il est mis en relation avec les autres concepts d'une manière amplifie (Figure 9).

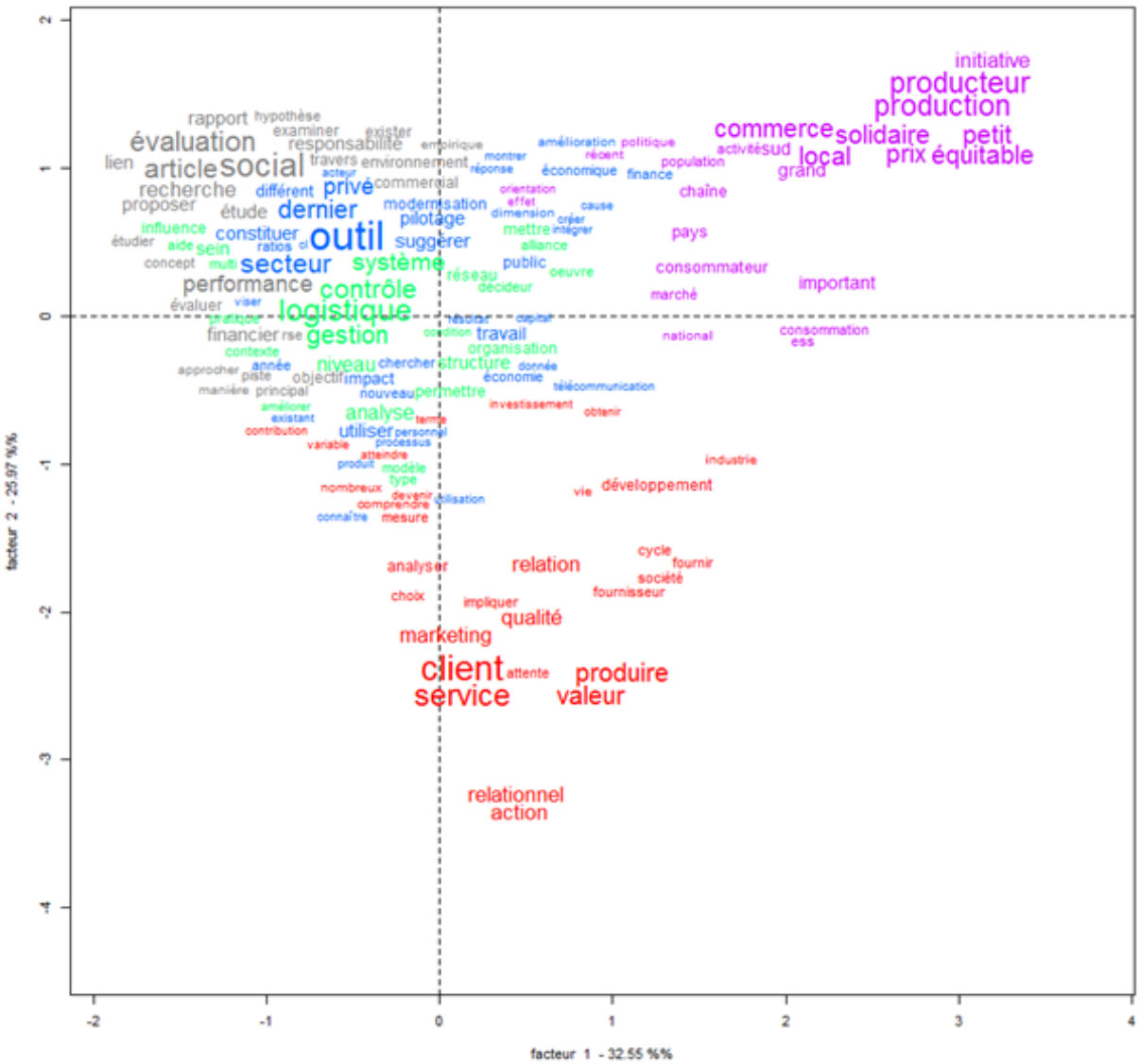
Figure 9 – Analyse des similitudes appliquée aux recherches sur la performance des entreprises de services



Source : Résultats de l'étude statistique

A côté de ses analyses qualitatives nous avons mis en place une analyse factorielle afin de déterminer et de fournir une méthode de représentation de la population des articles étudiés par un ensemble de caractères dont les modalités sont tirées de l'analyse qualitative.

Figure 10 – L'analyse factorielle des résumés



Source : Résultats de l'étude statistique

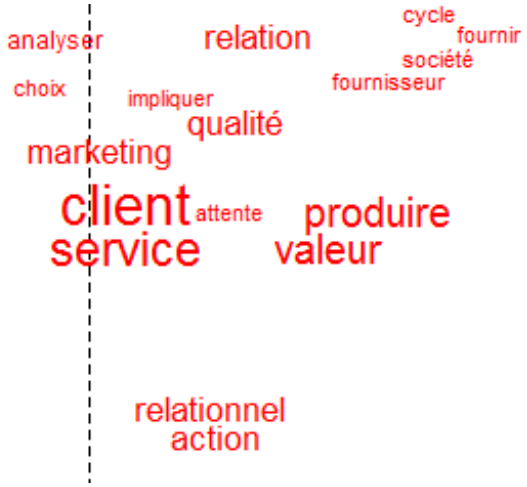
Nous pouvons remarquer d'abord une forte implication entre plusieurs familles de concepts. En effet, les articles étudiés ont analysé la performance des entreprises de services suivant plusieurs paradigmes, méthodes et domaine comme le montre la figure 11.

Figure 11 – L'analyse factorielle des articles

Source : Résultats de l'étude statistique

L'analyse faite est complétée par la présence d'une partie relationnelle avec la clientèle. Ainsi, la majeure partie des articles a intégré la clientèle, la qualité, la relation comme variable importante de recherche ce qui amplifie cette variable de performance des entreprises de services comme le montre la figure 12.

Figure 12 – L'analyse factorielle des articles



Source : Résultats de l'étude statistique

Une dernière remarque de l'analyse factorielle est l'absence de l'analyse de la dimension salariale et sociale. En effet, cela confirme le constat de la faiblesse d'articles traitant cet aspect-là et également la faiblesse de l'analyse environnementale de la performance.

Conclusion et perspectives

Dans le contexte concurrentiel actuel, la performance des entreprises revêt une importance primordiale. Les clients sont beaucoup plus exigeants en raison des nombreux choix qui s'offrent à eux. La satisfaction des clients combinée à la réduction des coûts est difficile à réaliser. Ajoutons à cela les nouvelles technologies de l'information et de la communication qui ont révolutionné la

manière avec laquelle doivent être gérées les entreprises. Celles-ci deviennent de plus en plus grandes, englobent de plus en plus de filiales, sont de plus en plus de dimension internationale, et n'ont quasiment plus de nationalité.

Sur le plan théorique, le concept de la performance est ambigu et difficile à cerner. Il renvoie à des notions diverses et variées tels que l'efficacité, l'efficience, la productivité, la rentabilité, le rendement etc. Plusieurs études ont cherché à donner une représentation de la notion de performance. Elles finissent, pour la plupart, à un constat de complexité du concept et d'antagonisme des différentes dimensions.

Notre objectif est de contribuer à une meilleure compréhension du concept de la performance et de son application dans le domaine des services. En ce qui concerne les méthodologies utilisées par les chercheurs, les revues exploratoires ont été les plus utilisées, suivies de l'étude normative, revue méthodologique, revue de littérature et tests d'hypothèses. Aussi nous avons introduit l'aspect temporel pour montrer le passage historique entre les méthodologies suivies par les chercheurs. Cette revue de la littérature trouve que le type de recherche exploratoire est généralement préféré.

Bibliographie :

Baglin, G., Malleret, V. (1995). Les modes de gestion de la performance dans les chaînes hôtelières françaises. Revue Française de Comptabilité 268: 47-56.

Banker, R. D., Datar, S. M. (1989). Sensitivity, precision, and linear aggregation of signals for performance evaluation. Journal of Accounting Research 27 (1): 21-39.

Banker, R. D., G. Potter, and D. Srinivasan. 2000. An empirical investigation of an incentive plan that includes nonfinancial performance measures. The Accounting Review 75 (1): 65–92.

Banker, R. D., Potter, G., Srinivasan, D. (2005). Association of nonfinancial performance measures with the financial performance of a lodging chain. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 46 (4): 394–412.

Béatrice Martin (2014). La mesure de la performance du marketing Enjeux, difficultés et outils pour contribuer au nouveau management de la valeur dans l'entreprise, CREG.

Blanchet A. et Gotman A. (1992), l'enquête et ses méthodes : l'entretien, Nathan, Paris.

Bnouni, Imene. (2011). Performance sociale et performance financière : État de l'art.

Bouquin H. (2004), Le contrôle de gestion, Presses Universitaires de France, Collection Gestion, 6ème édition, Paris.

BOURAS, Hela & Boutheina, Fekhih & Bouraoui, Mohamed. (2013). Performance Des Telecommunication-institutions Et Exportations Manufacturieres: Cas De La Zone Mena.

Bourguignon A. (1995), « Peut-on définir la performance ? », Revue Française de Comptabilité, juillet — août, pp. 61-66.

Bouzaabia, Olfa & Boumaiza, Salah. (2013). Le rôle de la performance logistique dans la satisfaction des consommateurs : Investigation dans la grande distribution. La Revue Gestion et Organisation. 5. 121–129. 10.1016/j.rgo.2013.12.011.

Burmenko, T. D. (2008). The Services Sector. Economics: textbook. Moscow: Knorus, p. 328

Camal Gallouj, Faïz Gallouj, Marie-Hélène Vigliano, (2012). Réflexions sur les multiples dimensions de la performance dans le commerce et la distribution. Marché et Organisations, L'Harmattan.

Campbell, D. (2008). Nonfinancial performance measures and promotion-based incentives. Journal of Accounting Research 46 (2): 297–332.

Cécile Piney, Adelaide Nascimento, Corinne Gaudart, Serge Volkoff. (2012). Pilotage par la performance au quotidien dans un service public : quelle place pour les conditions de vie au travail ? 47ème Congrès de la SELF. Innovation et travail : sens et valeur du changement, Sep 2012, Lyon, France.

Chandon Jean-Louis, Leo Pierre-Yves, Philippe Jean. (1997). Service encounter dimensions—A dyadic perspective: Measuring the dimensions of service encounters as perceived by customers and personnel. International Journal of Service Industry Management, Vol.8, No.1, pp65-86.

Chantal Hervieux, (2007). Le commerce équitable comme innovation sociale et économique, Les cahiers de la CRSDD

Chantal Neault, (2004). L'évaluation de la performance dans l'industrie touristique : de quoi parlons-nous ? Téoros.

Cowell Donald W., (1984). The marketing of services, Heinemann, Londres, 340 p. ISBN 978-0434902637.

Danciu, Victor. (2007). Performance in Service Marketing from Philosophy to Customer Relationship Management. Theoretical and Applied Economics. 8 (513). 7–14. 102,139/ssrn.1000671.

Delmar, Frédéric & Davidsson, Per & Gartner, William. (2003). Arriving at the High-Growth Firm. Journal of Business Venturing. 18. 189–216. 101,016/S0883-9026 (02)00080-0.

Dillman, D. A. (1978). Mail and telephone surveys: The total design method. New York: John Wiley & Sons.

Dittman, D. A., Hesford, J. W., Potter, G. (2009). Managerial accounting in the hospitality industry. In Handbooks of management accounting research, Vol. 3 (Eds, Christopher S. Chapman, A. G. H., Michael, D. S.). Oxford: Elsevier, 1353–1369.

Dumoulin, Régis & Meschi, Pierre-Xavier & Uhlig, Thomas. (2000). Management, contrôle et performance des réseaux d'entreprises : étude empirique de 55 réseaux d'alliances. Revue Finance Contrôle Stratégie. 3. 81-112.

Ecosip (1995). Sous la direction de Cohendet P., Jacot J.H. et Louriot Ph, Cohérence, pertinence et évaluation, Economica.

El koraichi Mustapha, (2011). Gestion de la relation client (GRC) et performance de l'entreprise : une approche conceptuelle, Revue marocaine de recherche en management et marketing

Emad Harash, Suhail Al-Timimi, Jabbar Alsaadi (2014). Impact of Financing on Small and Medium Enterprises (SMEs) Profitability with Moderating Role of Islamic Finance.

Fitzsimmons, J., Fitzsimmons, M. (2008). Service Management, 6ème édition, McGraw-Hill

Flipo Jean-Paul (1987). Le management des entreprises de services. Paris, Les Éditions d'Organisation, 252 p. ISBN 978-2708105867

Flipo Jean-Paul (1983). Marketing des services un mix d'intangible et de tangible. Revue Française du Marketing, 1989, n° 121, pp29-37. Garvin David A. Quality on the line. Harvard Business Review, 61, September/October, pp65-73

Flipo Jean-Paul (1988). On the intangibility of services. The Service Industries Journal, 8, 3, pp286-298.

Gamal Atallah and Marcel Boyer, (2004), Le financement et l'évaluation de la performance des universités : l'expérience anglaise, No 0401E, Working Papers, University of Ottawa, Department of Economics

Gauzente Claire et Peyrat-Guillard, Dominique (2007), Analyse statistique de données textuelles en sciences de gestion, Éditions EMS, Paris.

Gavard-Perret M.L. Moscarola J. (1998), « Énoncé ou énonciation ? Deux objets différents de l'analyse lexicale en marketing », Recherche et Applications en Marketing, p. 31-47.

Gérard de Pouvourville (1998), quelques aspects théoriques et pratiques sur la mesure de la performance hospitalière, Ruptures, revue transdisciplimire en santé.

Grönroos, C. (1982), Strategic Management and Marketing in Service Sector, Marketing Science Institute, Cambridge, MA

Hackl, Franz & Kummer, Michael & Winter-Ebmer, Rudolf & Zulehner, Christine. (2011). Market Structure and Market Performance in E-Commerce. European Economic Review. 68. 102,139/ssrn.1991860.

Helme-Guizon A. et Gavard-Perret M. L. (2004), « L'Analyse automatisée de données textuelles en marketing : Comparaison de trois logiciels », Décisions Marketing, No. 36, p. 75-90, octobre-décembre.

Ittner, C. D., and D. F. Larcker. (1995). Total quality management and the choice of information and reward systems. Journal of Accounting Research 33 (Supplement): 1–34.

Ittner, C. D., and D. F. Larcker. (1998a). Innovations in performance measurement: Trends and research implications. Journal of Management Accounting Research 10: 205–38.

Ittner, C. D., and D. F. Larcker.. (1998b). Are nonfinancial measures leading indicators of financial performance: An analysis of customer satisfaction. Journal of Accounting Research 36 (Supplement): 1–35.

J. L. Murray, Christopher & Frenk, Julio. (2018). Un cadre pour l'évaluation de la performance des systèmes de santé.

Jihane MOUMENE et Mohamed BENHRIMIDA (2017). La performance de l'Administration Publique Marocaine : Contribution du contrôle de gestion, Maroccan journal of business studies.

José Allouche, Patrice Laroche. (2005). Responsabilité sociale et performance financière des entreprises : une synthèse de la littérature. Colloque « Responsabilité sociale des entreprises : réalité, mythe ou mystification ? », Mars 2005, Nancy, France.

Kalika, M. (1988). Structures d'entreprises : réalités déterminantes, performances, Economica, 1988

Kaplan, Robert S. et Norton, David P. (1992). "The balanced scorecard-measures that drive performance", Harvard Business Review, Vol 71, n ° 1, janvier-février 1992; "Putting the balanced scorecard to work", Harvard Business Review, Vol 71, n ° 5, septembreoctobre 1993.

Kibira, Deogratias & Morris, Kc & Kumaraguru, Senthilkumaran. (2016). Methods and Tools for Performance Assurance of Smart Manufacturing Systems. Journal of Research of the National Institute of Standards and Technology. 121. 287. 106,028/jres.121.013.

Kurtz David L., Clow E. Kenneth. (1998). Services marketing. John Wiley & Sons, New York, 560p. ISBN : 0-471-18034-3

Langeard Éric, Eiglier Pierre. (1988). Le couple produit-service dans l'offre globale de services aux entreprises. In : Revue d'économie industrielle, vol. 43, 1er trimestre 1988. Le dynamisme des services aux entreprises, sous la direction de Joël Bonamy, Jacques De Bandt et P. Stroebel. pp. 119-128.

Langlois, Michel, et Tocquer Gérard. (1992). « Marketing des services : Le défi relationnel ». Boucherville : Gaëtan Morin Éditeur, 188 p.

Lapenu, C., Konini, Z. & Razakaharivelo, C. (2009). ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE SOCIALE : LES ENJEUX D'UNE FINANCE RESPONSABLE. Revue Tiers Monde, 197 (1), 37-54. doi:10.3917/rtm.197.0037.

Lebas M. (1995), « Oui, il faut définir la performance », Revue Française de Comptabilité, p. 66-71, juillet-août.

Lejeune Monique. (1989). Services et produits : De la différence à la complémentarité. Revue Française de Marketing, 1989, N° 121, Vol1.

Lejeune Monique. (1989). Un regard d'ensemble sur le marketing des services. Revue Française de Marketing, 1989, N° 121 (1), pp7-27.

LENOIR, Y. (2012). Éducation scolaire, performance et équité sociale : des relations problématiques. Linguarum Arena, 3, 9–36.

Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983), "The marketing aspects of service quality" in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (eds.), Emerging perspectives on services marketing, American Marketing Association Chicago, pp. 99–104.

Lovelock C., Wirtz J., Lapert D. et Munos A. (2014), Marketing des services, Eds Pearson Éducation, Paris.

Majumdar, Sumit K. (1992)."Performance in the US telecommunication services industry: An analysis of the impact of deregulation." Telecommunications Policy 16 (4): 327–338.

Marion A., Asquin A., Everaere C., Vinot D., Wissler M., (2012). Diagnostic de la performance d'entreprise, Concepts et Méthodes, Dunod 2012.

Mentzer J.T., Dewitt W., Keebler J.S., Min S., Nix N.W., Smith C.D., Zacharia Z.G., (2001). Journal of business logistics Management, vol 22 (2).

Mentzer, J. T. and Kahn, K. B. (1995). A framework of logistics research, Journal of Business Logistics 16 (1): 231–250.

Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D. and Zacharia, Z. G. (2001). Defining supply chain management, Journal of Business Logistics 22 (2): 1–25.

Mentzer, J. T., Min, S. and Bobbit, L. M. (2004). Toward a unified theory of logistics, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management 34 (8): 606– 627.

Meyssonnier F., Mehdi Zakar. (2015). Satisfaction du client et efficience du personnel en contact dans la relation de service : Étude du cas d'une entreprise de grandes surfaces de bricolage.

Meyssonnier, F. (2008). L'instrumentation de la gestion du triplet Coût-Qualité-Délai dans les services (de l'analyse des pratiques professionnelles à un modèle explicatif d'ensemble), Congrès des IAE, Lille.

Meyssonnier, F. (2012). Le contrôle de gestion des services : réflexion sur les fondements et l'instrumentation. Comptabilité — contrôle — Audit, tome 18, (2), 73-97. doi:10.3917/cca.182.0073.

Mjidila, Botaina & El Wazani, Youssef & Souaf, Malika. (2017). Contrôle de Gestion et Performance dans les Organisations Publiques Marocaines : Quelles Spécificités ? European Scientific Journal. 13. 1,019,044/esj.2017.v13n19p231.

Morin, E.M., Savoie, A. et Beaudin, G., (1994). L'efficacité de l'organisation. Théories ? représentations et mesures, Montréal, Gaëtan Morin.

Or, Z. (2000), « Déterminants de la performance des pays industrialisés en matière de santé : Une analyse temporelle transversale », Reuue éecncwfque de l'OCDE, n ° 30, OCDE, Paris.

Otley, D. T. (1999). Performance management: a framework for management control systems research.

Ouabouch, L. & Amri, M. (2014). La performance des chaînes logistiques face aux multiples incidents perturbateurs en amont, en interne et en aval. Résultats d'une étude empirique dans le secteur industriel marocain. Question(s) de management, 5, (1), 73-83. doi:10.3917/qdm.141.0073.

Outreville Jean-François. (2012). Les services d'assurance : mesure de leur rôle et création de valeur ajoutée. In : Revue d'économie financière, n° 106, 2012. Système financier et création de valeur. pp. 63-75

Paillé P. & A. Mucchielli (2003), L'Analyse qualitative en sciences humaines et sociales, Paris, Éditions Armand Colin.

Patricia Crifo, Jean-Pierre Ponssard. (2008). RSE et/ou performance financière : points de repère et pistes de recherche. Cahier de recherche 2008-15. 2008.

Paul Collier, Anthony J. Venables, (2009). « Commerce et performance économique : la fragmentation de l'Afrique importe-t-elle ? », Revue d'économie du développement 2009/4 (Vol. 17), p. 5-39.

Perron Frédérique, (1996). Qualité des services perçue et satisfaction du consommateur dans le commerce de détail. Thèse pour le doctorat ès sciences de gestion, Université de Bourgogne.

Pestieau Pierre, Pirard Chantal. (1989). L'entreprise d'assurance : économies d'échelle et performance. In : Revue d'économie financière, n° 11, 1989. L'assurance européenne : la grande transformation, sous la direction de Denis Kessler et Benoit Jolivet. pp. 93-104.

Renaud, A. (2009). Le rôle des outils de mesure de la performance environnementale : le cas des audits et indicateurs environnementaux dans dix entreprises françaises certifiées ISO 14001. Management & Avenir, 29, (9), 344-362. doi:10.3917/mav.029.0344.

Sasser, W. Earl and Arbeit, Stephen P., (1976), Selling jobs in the service sector, Business Horizons, 19, issue 3, p. 61–65, https://EconPapers.repec.org/RePEc:eee:bushor:v:19:y:1976:i:3:p:61-65.

Si Mohamed BEN MASSOU (2015). LA MISE EN PLACE D'UN INDICE DE PERFORMANCE TOURISTIQUE POUR LE MAROC, Tourisme & Territoires/Tourism & Territories.

Thiétart Raymond-Alain, Raynaud Marie-Laure (1999) (sous la direction de) — Méthodes de recherche en management. In : Réseaux, volume 17, n° 95, 1999. Sciences, malades et espace public. Pp. 306-307.

Thomas, David. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. American Journal of Evaluation. 27. 237–246. 101,177/1098214005283748.

Tumin, Mohd & Mohd-Said, Rasidah. (2010). Performance and Financial Ratios of Commercial Banks in Malaysia and China. Int. Rev. Bus. Res. Papers. 7. 102,139/ssrn.1663612.

Van Looy, B., Gemmel, P., Van Dierdonck, P. (2003). Services Management, 2ème édition, Prentice Hall.

Vrijens, F., Renard, F., Walckiers, D., Meeus, P. & Léonard, C. (2014). Évaluer la performance du système de santé : l'expérience de la Belgique. Reflets et perspectives de la vie économique, tome liii (4), 83-102. doi:10.3917/rpve.534.0083.

Zeithaml Valerie A., Bitner Mary Jo, Gremler Dwayne D. (2002). Services marketing: Integrating customer focus across the firm. Boston, McGraw-Hill Publishing Co., 3e edition, 2002, 688 p. ISBN 978-0072471427.