



AIREPME

Association Internationale de REcherche en PME

CIFPME 2000

**5° Congrès International Francophone
sur la PME**

25, 26 et 27 octobre 2000 à Lille

Site web de l'Institut d'Administration des Entreprises de Lille :

<http://www.iae.univ-lille1.fr>

Site web du CLAREE (Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution
des Entreprises) :

<http://www.univ-lille1.fr/claree>

Site web de l'ADREG (Association de Diffusion et de Recherche en
Entrepreneuriat et en Gestion) :

<http://www.adreg.net>

Site web de l'AIREPME :

<http://www.airepme.univ-metz.fr/>

Le degré de développement de marché des PME québécoises et leurs caractéristiques financières

Josée ST-PIERRE, Ph.D.

Professeure de finance

Directrice du Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises

Courriel: Josee.st-pierre@dr.cgocable.ca

et

Louis RINFRET, M.Sc.

Assistant de recherche

Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises

Institut de recherche sur les PME

Université du Québec à Trois-Rivières

3351 boulevard des Forges, C.P. 500

Trois-Rivières, QC, CANADA

G9A 5H7

Téléphone: 819-376-5235

Télécopieur: 819-376-5138

Mots clés: PME, Exportation, Développement de marché, Performance financière, Rentabilité

Résumé:

L'exportation des PME est devenue un sujet de préoccupation de plus en plus important pour différents gouvernements qui y voient la possibilité de réduire leur déficit commercial tout en dynamisant le développement économique régional. Malgré l'intérêt que cela présente, on trouve un pourcentage relativement faible de PME qui exportent une partie substantielle de leur production. Évidemment, ce ne sont pas toutes les PME qui ont le potentiel d'exporter. Mais parmi celles qui l'ont, on se demande pourquoi une proportion limitée acheminent vers d'autres pays leurs produits/services. Est-ce parce que leur marché national est suffisant, que les entrepreneurs sont réticents et appréhendent ces activités extérieures, ou est-ce que l'exportation entraîne des conséquences financières difficiles à gérer pour les entreprises? C'est ce dernier élément qui nous intéresse dans cette étude, où nous analysons les caractéristiques financières et organisationnelles d'un groupe de PME exportatrices, que nous comparons à d'autres PME qui ont décidé de concentrer leurs activités sur le marché régional. Parmi les résultats obtenus, on retient que la taille des entreprises est liée à la probabilité d'exporter, mais pas nécessairement à la diversité ni à la destination des exportations. Cette dernière variable est plutôt liée au degré de maturité et à l'intensité des exportations. Finalement les exportateurs dépensent plus en recherche et développement que les autres, commercialisent un produit maison en plus grande proportion et sont plus souvent impliqués dans diverses collaborations d'affaires.

1. INTRODUCTION

Les ventes à l'étranger présentent habituellement plusieurs difficultés que les entreprises ne rencontrent pas sur le plan local. Des coûts de production et de préparation plus élevés, des délais plus longs, une incertitude plus grande, voilà quelques raisons permettant de justifier le fait que l'exportation ne soit pas une voie de développement utilisée par la plupart des entreprises de petite et moyenne taille qui auraient le potentiel de le faire. Malgré tout, plusieurs gouvernements voient dans l'exportation une clé importante pour le développement économique de leurs régions, puisque les marchés régionaux ne peuvent croître indéfiniment et permettre une expansion économique soutenue. De plus, la stimulation de l'exportation est reconnue par certains gouvernements, dont celui des États-Unis, comme une façon de réduire le déficit de la balance commerciale (Mehran et Moini, 1999) et créer une croissance plus importante des activités économiques intérieures. La mise sur pied de divers comités d'étude sur le sujet, la création de plusieurs programmes de formation et de soutien financier spécifiques pour les entreprises exportatrices et désireuses de l'être, sont des indicateurs concrets de l'intérêt des gouvernements dans le développement des activités d'exportation chez les PME¹.

Au Canada, la part des échanges internationaux est passée de 28% du PIB en 1984 à plus de 38% en 1996². Différentes estimations suggèrent cependant que seulement 8,5% des PME canadiennes exportent, et que leur degré d'exportation est variable mais relativement faible. Évidemment, ce ne sont pas toutes les PME qui ont la possibilité d'exporter leurs produits/services. Mais parmi celles qui peuvent le faire, il est intéressant de comprendre pourquoi une grande proportion se concentrent sur leur marché national. La taille de leur marché est peut-être suffisante pour leur fournir une croissance intéressante. D'un autre côté, est-ce que les difficultés ou la complexité des ventes à l'extérieur des frontières peuvent entraîner des effets sur les résultats financiers tels, que les entreprises ne verraient ainsi pas les avantages d'exporter? Il est difficile de répondre à cette interrogation, puisque les effets de l'exportation sur les résultats financiers des PME ont été très peu documentés dans la littérature financière.

C'est ce dont nous discutons dans cette étude, où nous comparons les résultats financiers de PME ayant des activités d'exportation développées, à celles qui se concentrent sur les marchés locaux, afin de voir s'il existe des différences financières qui pourraient, éventuellement, permettre de comprendre le taux de développement dans les activités internationales.

¹L'origine de cette étude est liée directement à l'octroi d'un mandat de recherche du Ministère de l'industrie et du commerce québécois à l'*Institut de recherche sur les PME*, pour essayer de comprendre pourquoi peu de PME québécoises exportent, et est-ce que des programmes de financement particuliers pourraient changer cette situation.

²Statistique Canada, 1994-1996

1. L'EXPORTATION CHEZ LES PME

2.1 Les besoins financiers liés à l'exportation

La production des biens pour les marchés étrangers est souvent plus coûteuse que pour les produits vendus sur les marchés locaux parce qu'elle nécessite habituellement des précautions particulières. Il faut traduire dans la langue du pays importateur les indications concernant les produits, respecter les règles ou normes établies par les gouvernements en place, emballer soigneusement les marchandises afin de s'assurer qu'elles arriveront en bon état chez le client. Il faudra alors peut-être, à l'entreprise, prévoir l'utilisation de certains équipements de production exclusivement pour les biens destinés à l'exportation. Toutes ces précautions particulières devraient entraîner des coûts supplémentaires qui ne sont pas nécessaires pour la vente de biens sur le marché régional.

D'un autre côté, la distance séparant l'importateur et l'exportateur entraîne des délais plus importants au niveau du transfert des marchandises, ce qui peut influencer sur les périodes de récupération des comptes clients. Ajoutons ici que ce n'est pas uniquement la distance qui aura un effet sur les délais de récupération des comptes, mais également les différences de système bancaire entre l'importateur et l'exportateur. Dans le contexte particulier canadien, un manufacturier québécois qui vend ses marchandises à Vancouver sera probablement payé plus rapidement que celui qui vend à New York, même si la distance est moins longue, du fait que toutes les transactions bancaires au Canada sont totalement intégrées en un seul réseau informatique et que l'argent déposé à Vancouver (par un canadien) peut être utilisé parfois le jour même au Québec. Cette rapidité de récupération des sommes est par contre propre aux transactions commerciales à l'intérieur d'un même pays. L'exportateur devra alors assumer des délais de recouvrement plus longs que si ses marchandises étaient vendues à l'intérieur de ses frontières. Évidemment, tout un ensemble de documents du commerce international peuvent être utilisés pour réduire ces inconvénients et sécuriser les transactions, mais ils sont relativement peu utilisés par les petites entreprises. Par exemple, les résultats de l'étude de Samuels *et al.* (1992) suggèrent que la lettre de crédit qui est un document clé en commerce international pour le règlement des comptes ainsi que les avances de paiement sont marginalement utilisés par les PME (moins de 30% des cas dans les pays industrialisés).

Les besoins financiers liés aux transactions internationales sont ainsi plus importants que ceux inhérents aux transactions nationales. L'augmentation des délais dans la récupération des sommes engagées dans les activités d'exportation ainsi que certaines spécifications particulières au niveau de la production, accroissent sensiblement les besoins en liquidités, en fonds de roulement et probablement en immobilisations. Ces besoins supplémentaires en liquidités sont d'ailleurs confirmés par Cooper et Nyborg (1998) qui affirment que les difficultés financières soulevées par les exportateurs sont liées au financement des comptes à recevoir et aux délais dans la réception des paiements des clients.

Ces besoins financiers plus élevés pourraient expliquer pourquoi relativement peu de PME exportent leurs produits et, lorsqu'elles le font, elles exportent habituellement une

faible partie de leur production. C'est du moins ce que sous-tendent les statistiques présentées plus bas.

2.2 L'intensité des activités internationales chez les PME

Un rapport de l'OCDE³ indique qu'environ 10% des PME de 18 pays membres, principalement des PME manufacturières, sont impliquées dans des investissements internationaux directs.

Au Canada, les statistiques sont différentes et certaines estimations montrent que seulement 8,5%⁴ des PME canadiennes exportaient en 1995. Ces statistiques cachent toutefois une réalité fort importante qu'il importe de considérer. Ce ne sont pas *toutes les PME* qui ont le potentiel d'exporter étant donné les caractéristiques de leurs produits/services, leur degré de développement (75% des PME canadiennes ont moins de 5 employés) et, finalement, le fait que l'exportation ne soit pas la seule et unique voie pour la croissance des entreprises. Avant de vendre à l'étranger ses biens/services, l'entreprise va probablement tenter de saturer le marché régional ce qui peut parfois être largement suffisant pour procurer plusieurs années de croissance.

Quant à la part de leur production qui est exportée, les résultats d'un sondage de la BDC (1997)⁵ auprès de 547 dirigeants de PME innovantes indiquent que les exportations de ces compagnies pouvaient représenter jusqu'à 25% de leur chiffre d'affaires.

Ces statistiques, ainsi que celles produites par la Bank of England (1998), suggèrent une relation entre la taille de l'entreprise et sa propension à vendre ses produits à l'étranger. Au Canada, la FCEI, dans un sondage auprès de 8141 PME de divers secteurs a également observé une relation positive entre la taille de l'entreprise (mesurée en nombre d'employés) et le degré d'exportation. Cette relation entre la taille peut cependant ne pas être linéaire et Julien (2000) propose plutôt la présence d'un seuil (aux environs de 40 employés chez les entreprises manufacturières) en deça duquel il est peu probable de trouver des exportateurs «organisés».

Calof (1993) conclut lui aussi à une relation entre la taille et le degré d'internationalisation, mais observe également que la taille n'est pas un frein à l'exportation, les petites entreprises ayant elles aussi les possibilités d'étendre leur marché à l'étranger. Les spécifications du produit de l'entreprise étant probablement un critère plus important que celui de sa taille pour exporter. De son côté, Sharmistha (1999) observe lui aussi une relation positive entre la taille des PME et l'exportation qu'il nuance en affirmant que cette relation est moins claire pour les firmes qui exportent plus activement, suggérant évidemment la présence d'autres facteurs qui pourraient influencer le degré d'exportation des PME, comme la dimension du marché local, l'organisation de l'entreprise, les caractéristiques de son produit/service et, évidemment, la volonté de l'entrepreneur d'étendre ses activités en-dehors de ses

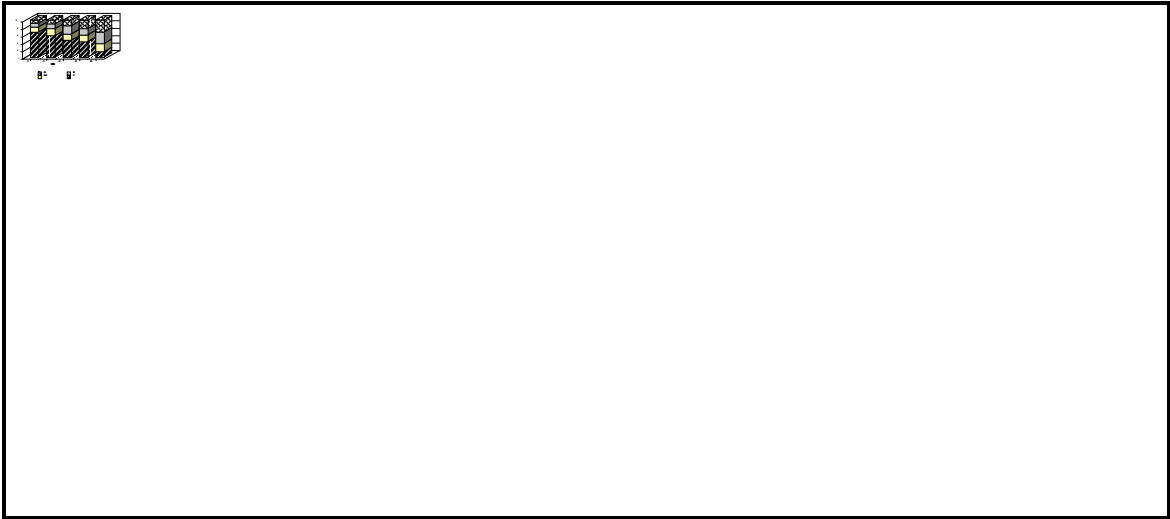
³Cité dans Reynolds (1997).

⁴Voir Industry Canada, 1997.

⁵Une enquête de la Fédération Canadienne de l'Entreprise Indépendante (FCEI) produit les mêmes résultats.

frontières.

FIGURE 1: Destination du chiffre d'affaires selon la taille des entreprises
adiennes



Bonaccorsi (1992) nuance également la relation entre la taille et l'exportation, en soulignant qu'il est important de considérer que les entreprises font partie de réseaux et peuvent ainsi utiliser des ressources externes pour distribuer leurs produits.

D'après l'enquête de la FCEI citée plus haut, la taille joue également un rôle significatif sur la destination des exportations comme le montre la figure 1, puisqu'une production plus importante suppose évidemment des marchés plus larges.

Sharmistha (1999), dans une autre étude conduite auprès de 54 PME ontariennes visant à examiner les caractéristiques des entreprises qui exportent de façon plus régulière et en quantités plus importantes ainsi que de celles qui exportent plutôt de façon ad hoc, a observé que les PME qui exportent davantage sont plus performantes au niveau de leurs ventes, de la croissance des revenus provenant de l'exportation et de la valeur ajoutée, comparativement aux PME qui exportent moins. La rentabilité supérieure des produits exportés pourrait être expliquée par un degré d'innovation plus important. Sharmistha (1999) note ainsi que les firmes ayant une forte orientation vers l'exportation accordent plus d'importance au développement de nouveaux produits sur une base continue ainsi qu'à l'amélioration des méthodes de production existantes. Julien (2000), ajoute à ceci qu'il faut rencontrer au moins deux conditions nécessaires pour réussir à l'exportation: avoir un marché de base national solide et offrir des produits relativement originaux et innovateurs⁶.

⁶Il peut toutefois exister des entreprises qui exportent une grande partie de leur production qui est très spécialisée, sur des marchés bien définis et connus, alors que leur marché national est peu développé. Cette hypothèse qui exige une connaissance précise des marchés et des produits des entreprises exportatrices ne pourra toutefois être vérifiée dans cette étude, ce qui en constituera une des limites. Nous remercions un des évaluateurs de notre communication, pour nous avoir rappelé ces précisions importantes.

L'ensemble de ces études permet de supposer que l'exportation influence de façon directe ou indirecte les résultats financiers des PME. La littérature financière ne nous offre pas beaucoup de preuves de ces effets, alors que leur connaissance nous permettrait de mieux comprendre et interpréter les états financiers des PME qui constituent le document le plus important représentant la situation d'une entreprise.

Notre étude vise ainsi à identifier les particularités financières des PME exportatrices. La compréhension de ces particularités est importante tant pour les PME exportatrices ou désireuses de le devenir que pour ceux avec qui elles transigent tels que leurs bailleurs de fonds et les gouvernements ainsi que ceux qui établissent les politiques d'aide aux PME.

1. HYPOTHÈSES DE RECHERCHE ET MÉTHODOLOGIE

D'après notre recension de la documentation, il y a peu d'auteurs qui se sont intéressés aux particularités financières des PME selon leurs activités de développement sur les marchés internationaux. Pourtant, l'intérêt de tels résultats est manifeste, autant pour les bailleurs de fonds qui doivent mieux comprendre les particularités des PME qu'elles financent, que pour les autorités gouvernementales qui veulent assurer un soutien plus substantiel pour favoriser les activités internationales, que, finalement, pour les entreprises elles-mêmes afin qu'elles comprennent mieux les effets qu'entraînera l'exportation sur leur situation financière.

3.1 Hypothèses

La littérature présentée plus haut nous amène à la formulation de quelques hypothèses générales et d'autres spécifiques afin de mieux appréhender l'effet de l'exportation sur la situation financière des PME.

En premier lieu, il semble qu'il existe un lien entre la taille et le développement des activités extérieures. À ce sujet, Cavusgil (1984) trouve une relation positive entre la taille de la firme et l'intensité d'exportation. Cependant, ce résultat n'a pas été confirmé par Bonaccorsi (1992) qui affirme que la probabilité d'être un exportateur augmente avec la taille de la firme, mais que celle-ci n'a aucun effet significatif sur l'intensité d'exportation. Par ailleurs, Walters et Samiee (1990) stipulent que la petite taille semble contraindre l'étendue des opérations d'exportation de la firme, favorisant une activité internationale limitée en terme de diversité de produit-marché. À cet égard, Calof (1993) note l'effet de la taille de la firme sur la limitation du nombre des marchés d'exportation servis. En outre, Lefebvre et al. (1998) affirment que la taille de la firme semble constituer un obstacle pour la pénétration des marchés de proximité, mais elle n'a aucun effet sur sa capacité à exporter sur les marchés éloignés. La principale difficulté réside vraisemblablement dans la mobilisation des ressources nécessaires pour les premières étapes d'internationalisation (pénétration des marchés de proximité). Cette difficulté devient moins importante dans les étapes suivantes du processus d'internationalisation, quand les firmes commencent à exporter sur les marchés plus éloignés.

Ces observations nous amènent aux hypothèses suivantes:

H₁: La taille de l'entreprise est directement liée à son degré d'exportation.

H₂: La taille de l'entreprise n'influence ni la destination ni la diversité des exportations.

Nous devons toutefois retenir l'hypothèse que cette relation n'est peut-être pas linéaire ni monotone et même qu'il peut exister un seuil en deçà duquel la taille n'aurait aucun effet (Julien, 2000).

Comme il a été dit plus haut, l'exportation entraîne des coûts de production plus élevés étant donné divers éléments spécifiques tels que mentionnés précédemment: les frais d'emballage, de transport, d'adaptation de la production etc. On devrait ainsi observer une rentabilité inférieure pour les PME exportatrices. D'un autre côté, les études de Sharmistha (1999), Julien (1993) et Beamish et Munro (1986) suggèrent que les PME exportent des produits dont la valeur ajoutée est élevée. Dans ces conditions, les coûts de production et de préparation plus élevés, ainsi que ceux imputables aux activités de R-D seraient absorbés par des prix de vente supérieurs et les marges de profit entre les exportateurs et les non exportateurs devraient être identiques. Voici ainsi notre deuxième hypothèse:

H₃: La rentabilité nette des PME exportatrices n'est pas différente des autres.

Miller (1994)⁷ affirme que la technologie est rapidement devenue une source majeure d'avantage compétitif sur les marchés internationaux. À cet effet, Walters et Samiee (1990) trouvent que le produit de haute technologie exporté est positivement associé à la rentabilité de l'exportation. Ce résultat vient appuyer les études qui ont mis l'accent sur l'importance de l'intensité technologique du produit comme facteur de succès à l'exportation (Cavusgil et Nevin, 1981; Cooper et Kleinschmidt, 1985)⁸. Par contre, la production à valeur ajoutée est souvent réalisée par des entreprises qui ont des activités de R-D systématiquement plus développées que les autres et qui ont ainsi un pourcentage d'innovation relativement élevé. Si c'est le cas, les entreprises exportatrices qui font de la R-D devraient dégager une rentabilité supérieure aux autres.

H₄: La rentabilité des PME exportatrices qui réalisent des activités de R-D est supérieure aux autres.

Finalement, la diversité des exportations devrait influencer les résultats financiers des PME. Beamish et al. (1993) affirment que le nombre de marchés vers lesquels chaque entreprise distribue ses produits est lié positivement au succès de l'exportation. L'étendue des exportations peut être le résultat de l'évolution des activités internationales de l'entreprise, celle-ci profitant de son succès sur son premier marché pour étendre son expérience vers un plus grand nombre de pays. D'un autre côté, on

⁷Cité dans Zahra et al., (1997).

⁸Cité dans Walters et Samiee (1990).

peut également supposer que les firmes qui ont connu des ratées sur leur premier marché d'exportation ne voudront pas étendre ailleurs leurs activités. D'ailleurs, le nombre de pays vers lesquels la firme exporte ses produits a été utilisé comme indicateur pour qualifier le succès à l'exportation (Calof, 1993; Sriram et Manu, 1995)⁹. Ainsi, la présence sur différents marchés évoluant à des rythmes non synchronisés permet à l'exportateur de diversifier les risques liés aux fluctuations des devises et aux changements politiques dans les pays étrangers (Dalli, 1995)¹⁰ et d'accroître sa performance.

H₅: La rentabilité des PME exportatrices est influencée par le nombre de marchés d'exportation vers lesquels elles distribuent leurs produits.

3.2 Méthodologie et description de l'échantillon

Pour vérifier nos hypothèses de recherche, nous avons utilisé la base de données du Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises¹¹, qui contient les informations de 178 PME manufacturières québécoises comptant entre 10 et 250 employés. On y trouve plus de 850 variables générales et financières, qui ont été recueillies directement auprès d'entreprises manufacturières qui avaient à compléter un questionnaire d'informations confidentielles. Les entreprises du Laboratoire sont contactées directement pour fournir leurs informations générales et financières en échange d'un diagnostic sur leur situation générale.

Ce processus de cueillette d'information assure donc une grande fiabilité à la base de données utilisée, qui contient des informations sur les sujets suivants qui ont été obtenues pour la dernière année en opération: le profil de l'entrepreneur et son orientation quant au développement de son entreprise; les divers éléments de la gestion des ressources humaines tels que la formation, les programmes de rémunération, d'évaluation de rendement, de climat de travail, etc; les informations technologiques sur le type de production de l'entreprise, ses équipements et les systèmes qu'elle utilise; les activités de développement de marché et de service à la clientèle; les conditions de crédit bancaire et le degré de satisfaction de l'entrepreneur et, finalement, les résultats financiers pour les cinq derniers exercices.

Les informations recueillies auprès des entreprises ne l'ont pas été pour une étude spécifique sur l'exportation, mais afin de constituer une base de données de tous les éléments ayant une influence directe ou indirecte sur la performance ou les difficultés d'une entreprise. Certaines variables spécifiques pertinentes seront ainsi absentes de notre étude. Par ailleurs, celle-ci sera enrichie par l'analyse d'un ensemble de variables générales que l'on trouve rarement dans les études très spécialisées, ce qui permettra de faire des croisements intéressants. Finalement, étant donné que l'exportation sera mesurée simplement par la distribution du chiffre d'affaires à la dernière année

⁹Cité dans Zahra et al. (1997).

¹⁰Cité dans Stump et al. (1998).

¹¹Les auteurs aimeraient remercier Développement Économique Canada et le Groupement des chefs d'entreprise du Québec qui, conjointement avec le Laboratoire de recherche, ont permis la création de cette base de données.

d'exploitation, nous ne pourrions établir de relations causales entre les résultats financiers et l'exportation des entreprises.

Soulignons que l'échantillon étudié est particulier et ne sera pas représentatif de l'ensemble de la population, étant donné que les entreprises ont été sollicitées pour collaborer à un développement de projet de recherche sur les PME d'une très grande envergure, qu'elles font partie, pour la plupart, de regroupements d'entreprises ou de gens d'affaires, et qu'elles échangent souvent entre elles beaucoup d'informations favorisant leur développement. Elles n'ont donc pas les caractéristiques des PME isolées comme on les voit souvent.

1. Présentation et analyse des résultats

Avant de vérifier les hypothèses formulées spécifiquement plus haut, nous allons voir si les entreprises exportatrices se distinguent, de façon générale, des entreprises qui n'exportent pas. L'entreprise est qualifiée d'exportatrice si elle dédie plus de 5% de son chiffre d'affaires aux activités en-dehors du Canada.

Tableau 1¹²: Caractéristiques générales distinguant les PME selon leur développement de marché à l'étranger

<i>Valeurs médianes sauf pour les % où ce sont des moyennes</i>	Exportateurs (N= 101)	Non exportateurs (N=77)	Test statistique* (Probabilité)
<i>Chiffre d'affaires à la dernière année d'exploitation (en milliers de dollars)</i>	4 993	2 925	1.368 (.174)
<i>Taux de croissance des ventes (3 ans)</i>	17.53%	11.33%	1.891 (.060)
<i>Nombre d'employés</i>	54	32	3.160 (.002)
<i>Budget de R-D (% des ventes)</i>	1.65%	0.21%	2.386 (.019)
<i>Est-ce que les entreprises ont des collaborations d'affaires (% de oui)</i>	66%	51%	2.015 (.046)
<i>Est-ce que les entreprises ont un produit maison (% de oui)</i>	63%	43%	7.411 (.006)

* Le test de Student a été utilisé pour les variables continues et le Chi-carré pour les variables binaires

Les résultats des tests univariés laissent voir certaines particularités des entreprises exportatrices qui vont dans le sens de nos hypothèses. Elles embauchent un plus grand nombre d'employés, consacrent une part plus importante de leur budget à des activités de R-D13, sont impliquées de façon plus active dans diverses collaborations d'affaires et possèdent en plus grande proportion leur propre produit maison. Elles affichent également un taux de croissance moyen depuis trois ans supérieur aux autres. Pour ce

¹² Pour des raisons d'espace, nous ne présentons dans les tableaux que les principaux résultats statistiques.

¹³ Notre questionnaire comporte une section sur les activités d'innovation des PME. La variable utilisée est le ratio du montant consacré aux activités de R-D aux ventes de l'entreprise. Ces activités peuvent toucher à la fois les procédés, les produits ou les équipements.

dernier résultat, nous ne pouvons établir de relation causale entre le taux de croissance des ventes et l'exportation, ne sachant si c'est le rythme de croissance qui a amené les entreprises à étendre leur marché à l'étranger, ou si ce sont leurs démarches de prospection de nouveaux marchés qui a favorisé leur expansion. Finalement, contrairement à ce que suggère Julien (2000), nous n'avons observé aucune différence entre le niveau de développement des activités de veille commerciale et technologique des PME et leurs ventes à l'étranger¹⁴.

Notre première hypothèse suggère une relation entre la taille et l'exportation. Un test de corrélation de Pearson permet de confirmer cette relation, qui est toutefois plus forte lorsque la taille est mesurée à partir du nombre d'employés (tableau 2). Le Canada est un pays vaste où il peut être tout aussi complexe pour les PME québécoises de vendre leurs produits en Colombie Britannique, plutôt qu'aux États-Unis. Dans le premier cas la vente est enregistrée comme étant nationale alors que dans le second, elle est considérée comme une exportation. On reconnaît que la distance entre les clients et les fournisseurs québécois joue un rôle significatif sur l'acheminement des marchandises. Toutefois, les différences de langue entre les gens de l'ouest du pays et ceux de l'est peut également affecter le développement des transactions, même si elles sont nationales. Pour tenir compte de cette réalité, nous avons considéré comme non exportatrices les entreprises qui vendaient au moins 80% de leurs produits au Québec. Celles qui vendent 20% ou plus dans le reste du Canada, mais moins de 5% à l'étranger ont été retirées de l'échantillon. Les tests ont été refaits et la seule variable qui a vu son niveau de signification changer est le chiffre d'affaires. Les PME qui ne vendent qu'à l'intérieur de la province sont effectivement plus petites que les autres. Aucune autre distinction n'a été observée sur les variables générales et financières et, en conséquence, nous avons conservé l'ensemble des observations dans l'échantillon afin d'accroître la validité statistique de nos tests.

Le premier marché d'exportation des PME canadiennes est évidemment les États-Unis, étant donné sa proximité. La matrice des corrélations nous montre une relation positive entre la taille et la propension à exporter aux États-Unis. Toutefois, cette variable n'est plus liée significativement à l'exportation lorsque l'on s'attarde aux marchés éloignés (ventes outre-mer), ce qui corrobore les nuances formulées par Sharmistha (1999) et Lefebvre et al. (1998) quant au rôle de la taille pour aider à prédire la propension à exporter des PME. Nos résultats indiquent que plus de 25% des exportateurs ont moins de 35 employés, ce qui ne confirme pas les propositions de Julien (2000) qui suggère que les PME commencent à exporter le plus souvent lorsqu'elles ont atteint une taille minimale, soit 40 employés chez les entreprises manufacturières. Les plus petites entreprises peuvent exporter de façon sporadique et non organisée, alors que les plus grandes tendent à structurer de façon plus formelle leurs activités d'exportation, ce que Julien (2000) appelle l'organisation des ventes à l'étranger.

On note finalement que l'intensité des activités de R-D est associée significativement au pourcentage de ventes outre-mer qui sont également plus complexes que les ventes à proximité.

¹⁴L'indice de veille a été mesuré à partir des différentes sources d'informations qu'utilisent les entreprises pour leurs activités commerciales et technologiques. Chacune des sources a été pondérée selon son degré de complexité, pour donner un indice de veille commerciale maximal de 21 et technologique de 23.

Tableau 2: Corrélation entre le taux de ventes à l'étranger et certaines caractéristiques générales des PME (probabilité)

	Ventes hors Canada	Ventes vers les États-Unis	Ventes outre-mer
<i>Chiffre d'affaires</i>	.187 (.034)	.191 (.030)	.071 (.426)
<i>Nombre d'employés</i>	.277 (.000)	.298 (.000)	.067 (.376)
<i>Croissance moyenne des ventes</i>	.311 (.000)	.303 (.000)	.141 (.062)
<i>Budget R-D</i>	.246 (.008)	.138 (.140)	.303 (.001)
<i>Présence d'un produit maison</i>	.159 (.035)	.131 (.082)	.119 (.114)

Du côté des résultats financiers, le tableau 3 montre que les PME exportatrices sont significativement plus rentables que les autres. Le fait qu'elles soient plus actives en recherche et développement peut laisser supposer que leurs produits sont mieux développés, présentent une plus grande valeur ajoutée et peuvent ainsi être vendus à des prix supérieurs. De façon surprenante, elles ne présentent pas un niveau de frais de vente et d'administration supérieur comme il a été suggéré plus tôt, par une production plus onéreuse et plus complexe à acheminer à la clientèle.

Tableau 3: L'influence de l'exportation sur les résultats financiers des PME manufacturières

	<i>Exportateurs (N= 101)</i>	<i>Non exportateurs (N= 77)</i>	<i>Test de Student (Probabilité)</i>
<i>Marge bénéficiaire brute (% ventes)</i>	22.73	20.79	2.340 (.020)
<i>Frais de vente et d'administration (% ventes)</i>	15.10	15.01	0.953 (.342)
<i>Marge bénéficiaire nette (% ventes)</i>	4.77	2.85	1.962 (.051)
<i>Immobilisations (% actif total)</i>	35.45	31.95	0.283 (.778)
<i>Ratio de fonds de roulement</i>	1.56	1.55	0.637 (.525)
<i>Âge des stocks</i>	72	52	1.199 (.233)
<i>Ratio de liquidités</i>	7.62	4.89	2.523 (.013)
<i>Dette bancaire (% actif total)</i>	34.52	31.01	0.759 (.449)

Finalement, elles ne présentent aucune autre distinction financière particulière si ce n'est que leur ratio de liquidités est supérieur, ce qui est directement attribuable à une meilleure rentabilité.

Nous avons supposé (H4) que les activités de R-D devaient avoir une influence positive sur les résultats financiers des entreprises. Lorsqu'on sépare notre échantillon d'exportateurs entre les entreprises qui font beaucoup (plus de 1% des ventes) et peu de R-D, on constate que l'intensité de ces activités influence directement les marges brutes

de profit, mais accroît significativement les frais de vente et d'administration de telle sorte que les marges bénéficiaires nettes ne présentent plus aucune différence. Notre hypothèse est ainsi partiellement vérifiée.

Notre cinquième hypothèse suggère que le nombre de marché d'exportation a une influence sur la rentabilité des entreprises, alors qu'il est indépendant de la taille des PME (H2). Les résultats du tableau 4 confirment effectivement que les entreprises qui exportent dans plus d'un marché (*exportateur diversifié*) affichent une marge bénéficiaire brute significativement supérieure aux autres. D'un autre côté, elles subissent également des frais de vente et d'administration supérieurs de telle sorte qu'elles ne présentent pas une meilleure marge bénéficiaire nette. Ce sont des entreprises qui ont un chiffre d'affaires marginalement plus élevé, qui sont plus âgées et qui exportent une plus grande partie de leurs ventes, ce qui confirme les résultats de Beamish *et al.* (1993).

Par ailleurs, elles possèdent en plus grande partie leur produit maison, voient leurs stocks circuler moins vite et ont moins d'immobilisations. Ces trois résultats pourraient indiquer que leurs produits sont plus spécialisés, qu'elles auraient peut-être moins de diversité, ce qui influence directement leur structure de production ainsi que leurs besoins en immobilisations.

Finalement, leurs activités d'exportation se font de façon plus organisée car elles sollicitent en plus grande proportion les clients à l'étranger, plutôt que d'attendre la venue de commandes internationales à leur usine. Notons par ailleurs que les autres variables organisationnelles et financières ne sont pas différentes, notamment l'intensité des activités de R-D, l'utilisation des collaborations d'affaires et le taux de croissance moyen des trois dernières années.

	<i>Exportateur diversifié</i> (N=44)	<i>Exportateur non diversifié</i> (N=57)	<i>Test statistique*</i> (Probabilité)
<i>Chiffre d'affaires (en milliers de \$)</i>	8 007	5 605	1.814 (.074)
<i>Âge des entreprises</i>	26.5	16.5	1.797 (.075)
<i>Pourcentage d'exportation</i>	34	12	3.693 (.000)
<i>Marge bénéficiaire brute (% ventes)</i>	27.03	21.35	2.013 (.047)
<i>Frais de vente et d'administration (% ventes)</i>	17.19	14.09	2.357 (.021)
<i>Marge bénéficiaire nette (% ventes)</i>	4.38	4.85	0.018 (.986)
<i>Immobilisations (% actif total)</i>	33.54	37.82	2.611 (.011)
<i>Âge des comptes à recevoir (nombre de jours)</i>	55.21	58.62	1.605 (.115)
<i>Âge des stocks (nombre de jours)</i>	82.24	59.76	2.084 (.041)
<i>% des ventes attribuables à des nouveaux produits dans les deux dernières années</i>	31%	30%	1.689 (.096)

<i>Est-ce que les entreprises ont un produit maison (% de oui)</i>	86%	46%	17.763 (.001)
<i>Est-ce que les ventes à l'étranger sont sollicitées de la part de l'entreprise (% de oui)</i>	91%	71%	5.844 (.016)
* Le test de Student a été utilisé pour les variables continues et le Chi-carré pour les variables binaires			

En dernier lieu, nous avons voulu vérifier si la destination des exportations présentait certaines particularités. Les résultats présentés au tableau 5 nous paraissent surprenants. On ne constate aucune relation entre la destination des exportations et la rentabilité des entreprises alors que, comme il a été supposé plus tôt, les délais de production pour les produits destinés à des marchés lointains sont supérieurs aux autres, mais n'ont pas de conséquences sur les autres résultats financiers.

Par contre, ces résultats vont dans le sens des propositions de Lefebvre et al. (1998) à l'effet que la taille n'est pas liée à la complexité des exportations. C'est le démarrage à l'exportation qui est difficile et non le développement en intensité et en diversité qui eux, influencent peu la rentabilité. On voit d'ailleurs que les PME qui exportent vers des marchés éloignés ont un degré d'exportation significativement plus important que celles qui se concentrent sur les marchés de proximité. Elles présentent également des caractéristiques communes aux entreprises qui ont une exportation diversifiée tel que montré au tableau 4.

Tableau 5: L'influence du marché desservi par les PME exportatrices sur leurs résultats financiers

	<i>États-Unis (N=53)</i>	<i>Outre-mer (N=48)</i>	<i>Test de Student (Probabilité)</i>
<i>Chiffre d'affaires (milliers de \$)</i>	5 269	7 388	1.414 (.162)
<i>Croissance annuelle des ventes</i>	17.24	18.53	0.664 (.501)
<i>Âge des entreprises</i>	16.5	26.5	1.886 (.062)
<i>Pourcentage de ventes à l'étranger</i>	12.0	32.1	3.413 (.001)
<i>Marge bénéficiaire brute</i>	21.71	26.49	1.431 (.156)
<i>Frais de vente et administration (% ventes)</i>	14.09	16.98	1.587 (.117)
<i>Marge bénéficiaire nette</i>	4.85	4.41	0.058 (.954)
<i>Immobilisations (% actif total)</i>	39.35	33.54	2.982 (.004)
<i>Âge des stocks</i>	59.76	81.92	1.717 (.090)
<i>Est-ce que les entreprises ont un produit maison (% de oui)</i>	47%	81%	12.603 (.001)
<i>Est-ce que les ventes à l'étranger sont sollicitées de la part de l'entreprise (% de oui)</i>	73%	88%	3.245 (.072)
* Le test de Student a été utilisé pour les variables continues et le Chi-carré pour les variables binaires			

Finalement, Julien (2000) affirme que l'exportation chez les PME ne peut être analysée sans tenir compte du degré d'organisation de l'entreprise pour répondre aux commandes extérieures et du fait que celles-ci soient sollicitées ou non. Nous avons ainsi tenu compte de cette hypothèse en effectuant des tests supplémentaires et on constate effectivement l'influence de la sollicitation des commandes à l'étranger sur le développement des exportations. Les exportateurs «organisés» font plus de R-D, ont un taux d'innovation dans leurs produits plus grand, ont plus de personnel administratif, ont une clientèle plus diversifiée, réalisent une marge brute supérieure, accusent des frais de vente et d'administration également supérieurs et ne présentent pas une meilleure marge nette. Toutefois, le faible nombre d'entreprises (20% des PME) qui exportent de façon sporadique dans notre échantillon, nous invite à la prudence dans l'interprétation de ces résultats dont la validité statistique est relativement faible.

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Dans cette étude, nous avons voulu mesurer si l'exportation entraînait des conséquences financières sur les entreprises, de telle sorte qu'il faudrait prendre cet élément explicitement en considération dans l'analyse des caractéristiques financières des PME.

À partir de l'étude d'un groupe de 178 PME manufacturières, nous avons pu observer les résultats suivants:

Il existe une relation positive entre la vente de produits à l'étranger et la taille des entreprises;

La taille des entreprises n'est par contre pas liée significativement à la diversité ni à la destination des exportations.

Les entreprises exportatrices réalisent plus de R-D que les autres, commercialisent un produit maison en plus grande proportion et sont plus souvent impliquées dans diverses collaborations d'affaires.

La diversité et la destination des exportations sont liées au degré de maturité des entreprises et à l'intensité de leurs exportations.

Bien que les résultats précédents permettent de confirmer plusieurs de nos hypothèses et que l'on trouve effectivement des liens entre l'exportation des PME et certaines de leurs caractéristiques, on ne peut toutefois pas établir de relations causales. On ne peut ainsi attribuer à leur implication sur les marchés étrangers la meilleure rentabilité des PME exportatrices. Les activités de R-D semblent jouer un rôle important dans ces résultats. Est-ce que ces activités sont liées au succès des PME à l'exportation et à leur capacité de trouver des clients pour acheter leur production? Ou est-ce que ces activités sont imposées par des clients étrangers? Nous ne pouvons déterminer le sens de cette relation.

À notre avis, vouloir encourager l'exportation chez les PME et accroître leur intervention sur les marchés internationaux, implique par contre qu'il faille développer leurs activités de R-D, que les entreprises doivent travailler à l'élaboration de leurs

propres produits, qu'il est peut-être nécessaire de songer à diverses collaborations d'affaires.... Ces différentes actions pourraient favoriser la rentabilité des entreprises sur leur marché local, qui pourront ensuite songer à l'exportation sans mettre en péril leur survie.

Nos résultats diffèrent de ceux d'autres auteurs, mettant ainsi en évidence la complexité du phénomène de l'exportation chez les PME, et le fait que d'autres études sont souhaitables pour mieux appréhender ses effets sur les entreprises. En particulier, nous n'avons pas tenu compte spécifiquement du secteur d'activités et du fait que certaines industries sont plus susceptibles de contribuer au développement d'activités internationales que d'autres, comme le résumait bien Julien et al. (1993). Dans ces conditions, il est possible que le dynamisme du secteur influence les stratégies et l'organisation des activités d'exportation et, en conséquence, les résultats financiers des PME exportatrices.

RÉFÉRENCES

Bank of England (1998), Smaller exporters, (Janvier). Disponible sur Internet: <http://www.bankofengland.co.uk>

BDC (1997), Beyond their small business: A survey. Disponible sur Internet: <http://www.bdc.ca>

BEAMISH, P.W., CRAIG, R., McLELLAN, K., 1993, The performance characteristics of Canadian versus U.K. Exporters in small and medium sized firms, *Management International Review*, 33, 2, 121-137.

BEAMISH, P.W., MUNRO, H., 1986, The export performance of small and medium-sized Canadian manufacturers, *Canadian Journal of Administration Sciences*, 3, 1, 29-40.

BONACCORSI, A., 1992, On the relationship between firm size and export intensity, *Journal of International Business Studies*, 4, 605-635.

CALOF, J.L., 1993, The impact of size on internationalization, *Journal of Small Business Management*, 60-69.

CAVUSGIL, S.T., 1984, Organizational characteristics associated with export activity, *Journal of Management Studies*, 21, 1, 4-22.

COOPER, S. et I. NYBORG, 1998, The financing and information needs of smaller exporters, *Bank of England Quarterly Bulletin*, (Mai), 166-172.

FCEI, 1997, Market development survey highlights. Disponible sur Internet: <http://www.cfib.ca>.

INDUSTRY CANADA, 1997, Small Business Quarterly, Disponible sur Internet: <http://strategis.ic.gc.ca>.

JULIEN, P.-A., 2000, *L'entrepreneuriat au Québec: pour une révolution tranquille entrepreneuriale 1980-2005*. Les Éditions Transcontinental inc., 399 pages.

¹On trouve de plus en plus d'entreprises qui exportent dès le démarrage de leurs activités, étant ainsi presque invisibles sur leur marché local. Nous n'avons pas abordé le cas de ces entreprises qui, dans les divers pays développés, demeurent bien plus des exceptions que des règles. Nous remercions toutefois un des évaluateurs pour nous avoir rappelé que le développement des ventes à l'étranger n'est pas forcément conditionnel à la présence de l'entreprise sur le marché local.

JULIEN, P.-A., 1993, Globalisation de l'économie et PME, Communication présentée au Congrès international francophone de la PME (CIFPME), Carthage, Tunisie. Actes du colloque.

JULIEN, P.-A., A. JOYAL, L. DESHAIES et C. RAMANGALAHY, 1997, A typology of strategic behaviour among small and medium-sized exporting businesses: a case study, *International Small Business Journal*, 15, 2, 33-49.

LEFEBVRE, E., L.A.LEFEBVRE et M.BOURGAULT, 1998, R&D related capabilities as determinants of export performance, *Small Business Economics*, 10, 365-377.

MEHRAN, J. et A.H. MOINI, 1999, Firms' export behavior, *American Business Review*, 17, 1, 86-93.

REYNOLDS, P.D., 1997, New and small firms in expanding markets, *Small Business Economics*, 9, 1, 79-84.

SAMUELS, J., S. GREENFIELD et H. MPUKU, 1992, Exporting and the smaller firm, *International Small Business Journal*, 10, 2, 24-36.

SHARMISTHA, B.-S., 1999, The Small and Medium Sized Exporters' Problems: An Empirical Analysis of Canadian Manufacturers, *Regional Studies*, 33, 3, 231-245

STATISTIQUE CANADA, 1994-1996, Interprovincial Trade in Canada.

STUMP, R.L., G.A. ATHAIDE et C.N. AXINN, 1998, The contingent effect of the dimensions of export commitment on exporting financial performance: An empirical examination, *Journal of Global Marketing*, 12, 1, 7-25.

WALTERS P.G.P. et S.SAMIEE, 1990, A model for assessing performance in small U.S. exporting firms, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 33-50.

ZAHRA S.A., D.O.NEUBAUM et M.HUSE, 1997, The effect of the environmental on export performance among telecommunications new ventures, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22, 1, 25-46.