

## Article

# Modèle multidimensionnel intégral de réponse aux enquêtes auprès des entreprises

par Mojca Bavdaž

Juin 2010



# Modèle multidimensionnel intégral de réponse aux enquêtes auprès des entreprises

Mojca Bavdaž<sup>1</sup>

## Résumé

La connaissance des causes des erreurs de mesure dans les enquêtes auprès des entreprises est limitée, même si ces erreurs peuvent compromettre l'exactitude des microdonnées et des indicateurs économiques qui en découlent. Le présent article, qui est fondé sur une étude empirique axée sur le point de vue des entreprises, présente de nouveaux résultats de recherche sur le processus de réponse aux enquêtes auprès des entreprises. Il propose le modèle multidimensionnel intégral de réponse aux enquêtes auprès des entreprises (MMIREE) comme outil pour examiner le processus de réponse et expliquer ses résultats, et comme base d'une stratégie visant à réduire et à prévenir les erreurs de mesure.

Mots clés : Exactitude ; collecte de données ; statistiques économiques ; enquête auprès des entreprises ; erreur de mesure.

## 1. Introduction

Les erreurs de mesure représentent l'écart entre une mesure idéale et la réponse obtenue à une enquête (Groves, Fowler, Couper, Lepkowski, Singer et Tourangeau 2004). Afin de prévenir efficacement ou de réduire les cas d'erreur de mesure, il est nécessaire de savoir comment le processus de réponse aux questions des enquêtes se déroule et qu'est-ce qui influence son déroulement. Étant donné que les travaux visant à réduire les erreurs dans les enquêtes auprès des entreprises ont traditionnellement été axés sur l'échantillonnage, la base de sondage et les erreurs liées à la non-réponse et, à un degré moindre, sur les erreurs de mesure (Willimack, Lyberg, Martin, Japac et Whitridge 2004), la connaissance des erreurs de mesure et des relations causales sous-jacentes est encore largement limitée dans les enquêtes auprès des entreprises. Le présent article vise à combler cette lacune.

La plupart des études qui examinent les causes des erreurs de mesure dans les enquêtes auprès des entreprises sont un produit de la recherche par prétest. Par conséquent, la majeure partie de ces études sont hypothétiques (par exemple, Morrison, Stettler et Anderson 2002) ou expérimentales (par exemple, Phipps, Butani et Chun 1995), plutôt que d'être fondées sur la collecte proprement dite de données (par exemple, Hak, Willimack et Anderson 2003). L'abondance des résultats de prétest, qui sont habituellement liés à une enquête particulière, contraste avec la rareté des recherches d'évaluation de la qualité (par exemple, Giesen et Hak 2005), ainsi qu'avec le peu de généralisation et de liens avec le processus de réponse. De nombreuses études sont axées sur un aspect particulier du processus de réponse. Par exemple, Ponikowski et Meily (1989) ont examiné la disponibilité des données nécessaires dans le cadre des

enquêtes auprès des entreprises ; Ramirez (1996) a étudié la sélection des répondants dans les enquêtes auprès des entreprises ; Jenkins et Dillman (1997) ont mené des travaux sur la conception des questionnaires destinés aux entreprises ; O'Brien (2000) et Willimack (2007) ont exploré le rôle des répondants dans la réponse aux enquêtes auprès des établissements ; Greenia, Lane et Willimack (2001) se sont concentrés sur les perceptions qu'ont les entreprises de la confidentialité et sur la question étroitement liée de la mise en commun des données dans les organismes statistiques ; et Willimack (2003) a exposé des problèmes de compréhension. Récemment, on a accordé plus d'attention à l'élaboration et à la mise à l'essai des questionnaires électroniques destinés aux entreprises (par exemple, Snijkers, Onat et Visschers 2007), ainsi qu'à leur contrôle (par exemple, Nichols, Murphy, Anderson, Willimack et Sigman 2005), tandis que les plaintes plus fréquentes concernant les coûts imposés par les enquêtes statistiques à la collectivité des entreprises ont suscité des recherches sur le fardeau de réponse.

La première étude portant systématiquement sur l'ensemble du processus de réponse dans les enquêtes auprès des établissements a servi de modèle général au processus de réponse aux enquêtes pour la collecte de données factuelles, qui a été présenté par Edwards et Cantor (1991). Biemer et Fecso (1995) ont combiné le modèle cognitif d'Edwards et Cantor (1991) de réponse aux enquêtes à un modèle statistique qui tentait de quantifier les erreurs de mesure selon leurs sources. Une autre tentative a été faite en 1998-1999, en vue de saisir l'ensemble du processus de réponse dans les enquêtes auprès des entreprises, au moment où le US Census Bureau a mené des interviews qualitatives non structurées sur la production de rapports statistiques. L'étude a servi de base pour deux modèles de réponse aux

1. Mojca Bavdaž, Faculté d'économie, Université de Ljubljana, Slovénie. Courriel : mojca.bavdaz@ef.uni-lj.si.

enquêtes auprès des entreprises : le modèle de réponse hybride pour les enquêtes auprès des établissements de Sudman, Willimack, Nichols et Mesenbourg (2000) et le modèle complet de Willimack et Nichols (2001). Plus récemment, Lorenc (2006) a proposé l'examen de l'ensemble du processus de réponse, selon le concept de la cognition sociale distribuée, l'établissement servant d'unité d'observation.

Ces modèles font ressortir de nombreux aspects essentiels du processus de réponse aux enquêtes auprès des entreprises et présentent certains concepts à cet égard, mais ils n'abordent que partiellement de nombreuses questions. Cela a un effet incitatif pour la tenue d'une étude exhaustive du processus de réponse à une enquête donnée auprès des entreprises et rend possible l'élaboration plus approfondie du modèle de réponse aux enquêtes auprès des entreprises. Le présent article présente le modèle multidimensionnel intégral de réponse aux enquêtes auprès des entreprises (MMIREE) et aborde ses contributions.

## 2. Étude empirique

L'objectif de l'étude empirique était d'élaborer un cadre conceptuel du processus de réponse – un modèle de réponse – grâce à l'examen complet du processus proprement dit de réponse à une enquête typique auprès des entreprises, dans un contexte opérationnel réel. L'interview de recherche qualitative a constitué la principale méthode de recherche. La méthode a été mise en œuvre au moyen de diverses techniques (principalement l'approfondissement rétrospectif et les interviews ethnographiques, mais aussi les réflexions à haute voix) et de deux modes (sur place et par téléphone), et auprès des différents répondants (représentants des entreprises participantes, experts de l'administration des questionnaires de l'organisme statistique et experts spécialisés). Dans certains cas, l'observation sur place et des analyses des microdonnées ont complété ces techniques. Compte tenu de toutes les variables, une gamme d'approches ont dû être élaborées (pour plus de détails, voir Bavdaž 2009). Des visites sur place ont été organisées en fonction de deux échéances consécutives pour la réponse au questionnaire en 2005. On a tenté de communiquer avec toutes les personnes clés participant au processus de réponse.

L'enquête choisie – l'Enquête trimestrielle sur le commerce – est une enquête auprès des entreprises menée par le Bureau de la statistique de la République de Slovénie, auprès d'un échantillon d'environ 1 600 entités légales ayant des activités commerciales. L'enquête comportait les caractéristiques classiques des enquêtes auprès des entreprises, c'est-à-dire qu'il s'agissait d'une enquête gouvernementale obligatoire récurrente par la poste, reposant sur un questionnaire sur papier de huit pages et des livrets d'instructions

et de classification. Le questionnaire comprenait un texte de présentation et quatre sections, une se rapportant à l'ensemble de l'entreprise, et les trois autres, à un type d'activité commerciale (vente à commission, vente en gros et vente au détail). Toutes les sections comportaient des questions sur les ventes et l'emploi. Des questions portaient en outre sur les ventilations des ventes, les stocks, les codes d'activité et le nombre de magasins, ainsi que leur taille. Les unités non répondantes ont reçu jusqu'à trois rappels et, en dernier ressort, un appel téléphonique. Les taux de réponse finaux étaient généralement élevés, c'est-à-dire supérieurs à 90 %. Les principaux écarts et incohérences découverts pendant les procédures de contrôle ont aussi nécessité des appels téléphoniques aux entreprises.

L'échantillon final de cette étude comprenait 28 entreprises qui ont dû répondre à l'Enquête trimestrielle sur le commerce. Les études antérieures ayant donné lieu à des modèles de processus de réponse s'appliquant aux enquêtes auprès des entreprises étaient aussi fondées sur de petits échantillons : 24 établissements (Edwards et Cantor 1991), 30 compagnies comportant plusieurs unités (Sudman et coll. 2000 ; Willimack et Nichols 2001), et sept écoles (Lorenc 2006). Cela va dans le sens des études par interviews exploratoires qui ont tendance à avoir des échantillons de petite taille d'« environ  $15 \pm 10$  » (voir Kvale 1996, page 102). La sélection des entreprises visait à tenir compte de l'hétérogénéité des processus de réponse. Étant donné que la taille de l'entreprise peut être définie comme l'une des caractéristiques les plus importantes de l'entreprise qui a une influence sur les caractéristiques du processus de réponse ou est liée à ces caractéristiques (par exemple, O'Brien 2000), des entreprises ont été sélectionnées dans toutes les catégories de taille.

Plusieurs mesures ont rehaussé la validité du plan de recherche. Les entreprises ont été sélectionnées à partir de différentes catégories de taille, y compris certaines des plus importantes dans le secteur du commerce, mais aussi certaines dont la principale activité n'était pas commerciale. Quelques entreprises ont refusé de collaborer, en raison principalement d'une surcharge de travail. Néanmoins, il faut faire preuve de prudence lorsqu'on applique les constatations aux entreprises non commerciales et aux entreprises surchargées. L'étude a inclus des personnes jouant différents rôles dans le processus de réponse. Des efforts substantiels ont été déployés pour susciter la participation et organiser des visites au cours de la période pendant laquelle les répondants remplissaient le questionnaire, ou juste après, afin de réduire la possibilité qu'ils oublient des renseignements. Les petits décalages dans le temps qui se sont produits dans certains cas n'ont pas semblé avoir affecté la capacité de se rappeler un processus fréquemment répété et bien documenté, les visites sur place

imminentes ayant été annoncées à l'avance. Dans les questions d'interview, on a demandé aux répondants d'indiquer comment ils avaient rempli le questionnaire la dernière fois (par exemple, à la fermeture des livres pour le mois, temps consacré à la réponse, signataire du formulaire et rapidité), et les répondants ont généralement étayé leurs rapports au moyen de données tirées de documents sur papier et électroniques, qu'ils ont utilisés pour remplir le questionnaire. Tout cela a contribué à faire une distinction entre leur dernière participation et leur participation habituelle.

L'interview comme principale méthode de recherche a parfois été combinée à l'observation. Les interviews ont été enregistrées et transcrites. Un plus grand nombre de modèles répétés ont émergé au fur et à mesure que les travaux sur le terrain ont progressé, même si on a noté une baisse des résultats de chaque visite consécutive sur place, vers la fin des travaux sur le terrain. Les résultats des visites sur place ont été comparés aux observations du personnel chargé de l'enquête et des experts spécialisés, aux données quantitatives (lorsqu'elles étaient disponibles) et aux recherches publiées précédemment. D'autres explications ont été envisagées. Enfin, la sélection d'une enquête typique auprès des entreprises a rendu plus plausible la généralisation à d'autres enquêtes auprès des entreprises. Comme le suggère Yin (2003), toutes les étapes de la recherche ont été documentées avec soin, afin d'établir une chaîne de données probantes et d'assurer la fiabilité des résultats.

### 3. MMIREE

#### 3.1 Présentation du modèle

L'un des principaux résultats de l'étude est le modèle multidimensionnel intégral de réponse aux enquêtes auprès des entreprises (MMIREE), qui intègre les résultats des recherches antérieures et les nouvelles conclusions de mon étude empirique. Le MMIREE fait une distinction explicite entre les processus qui se produisent au niveau individuel et les autres qui se produisent au niveau de l'organisation, c'est-à-dire au niveau de l'entreprise dans ce cas (voir la figure 1). Les processus cognitifs de compréhension, de recherche, de jugement et de réponse qui ont lieu au niveau individuel sont tirés du modèle de réponse de Tourangeau (1984). Ils rendent compte du processus mental des personnes qui répondent aux enquêtes, en rapport avec la réponse réelle aux questions d'une enquête particulière, comparativement aux processus qui se rapportent à l'organisation, au soutien de l'information et à l'autorisation de la réponse, qui se produisent au niveau de l'entreprise. Contrairement à la situation typique des enquêtes auprès des particuliers, des parties du processus, comme l'obtention de données d'un autre participant ou la récupération de données dans les dossiers de l'entreprise, sont perceptibles

dans les actions physiques des participants. Du fait qu'il s'applique au niveau de l'enquête, le MMIREE permet aussi la conceptualisation du processus de réponse pour plusieurs répétitions d'une enquête ou pour plusieurs enquêtes (flèches dans la figure 1).

La tâche de réponse aux enquêtes peut faire appel à plusieurs représentants de l'entreprise, qui peuvent intervenir ou cesser d'intervenir dans le processus de réponse à divers moments ; toutefois, pour plus de clarté et de simplicité, ils sont tous regroupés. Les participants des entreprises prennent part aux processus organisationnels tout en menant leurs propres processus cognitifs ; ainsi, ils constituent un lien unificateur entre les processus aux niveaux individuel et organisationnel. Ils peuvent adopter un ou plusieurs des rôles, qui ont une influence différente sur le processus de réponse, à savoir comme contrôleur (par exemple, réceptionniste, service commun), autorité, coordonnateur de la réponse, fournisseur de données ou répondant. Même si la figure 1 présente les participants d'une seule organisation commerciale, l'accomplissement de la tâche peut nécessiter la participation de sous-traitants ou la communication avec le personnel d'enquête.

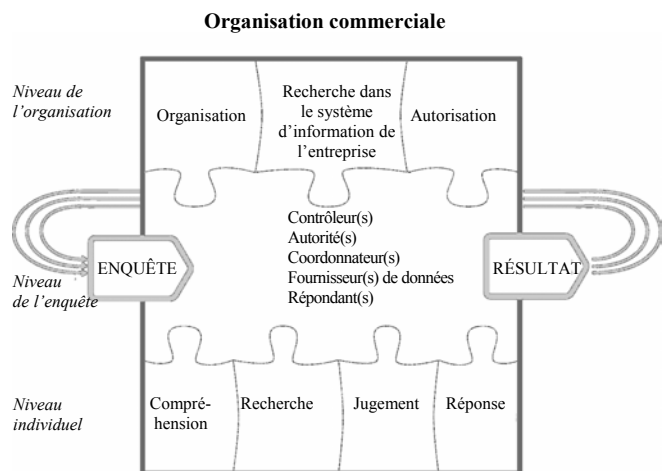


Figure 1 MMIREE

Le processus de réponse s'amorce lorsque l'instrument d'enquête entre dans l'entreprise. Le MMIREE aborde la réponse des entreprises à une demande d'enquête en pré-supposant une décision positive concernant la participation à l'enquête. L'examen de cette décision, qui peut mener à la non-réponse, dépasse la portée du présent article, même s'il constitue une introduction naturelle au processus de réponse et peut en influencer le déroulement. Le modèle repose sur la séquence la plus typique de processus, même si en pratique, certains peuvent être laissés de côté, repris ou se produire selon une séquence différente. Les sections qui suivent sont axées uniquement sur les éléments élaborés et ajoutés récemment au processus de réponse.

## 3.2 Niveau organisationnel

### 3.2.1 Organisation de la réponse à l'enquête

La participation à une enquête nécessite habituellement certaines activités préparatoires, en raison de la répartition du travail et de la spécialisation dans les organisations. Elle requiert la désignation de la personne qui s'occupera de répondre à l'enquête et du moment où cela se fera ; ces deux éléments fournissent des indices concernant la façon dont la tâche sera menée. L'étude a fourni des preuves que les deux étapes peuvent être liées de façon intrinsèque. En fait, la sélection des personnes devant répondre à l'enquête peut en soi indiquer la priorité accordée à la tâche dans l'organisation. Par exemple, dans certaines entreprises comptables et entreprises importantes, les chefs s'acquittent de la tâche eux-mêmes, même s'ils auraient pu la déléguer, ce qui peut indiquer que la tâche revêt une certaine importance, tandis que le fait qu'elle soit confiée à des répondants novices peut indiquer son faible niveau de priorité. En comparaison, les priorités au niveau individuel n'étaient pas toujours conformes aux priorités au niveau organisationnel. Par exemple, même si les déclarations de revenu ont acquis une priorité plus grande que les données statistiques au niveau organisationnel, cet élément n'est pas pertinent pour un répondant d'enquête qui ne produit pas de données fiscales. J'examine par conséquent la sélection des participants des entreprises et la planification de la tâche de réponse en même temps que l'organisation de la réponse à l'enquête. Cela donne lieu à une liste élargie de facteurs pouvant influencer l'organisation de la tâche de réponse à l'enquête (voir la figure 2).

La tradition, les pratiques courantes, les procédures établies et l'emplacement de l'information influencent la sélection des participants des entreprises, qui est une question organisationnelle, tandis que d'autres facteurs se situent à la fois aux niveaux organisationnel et individuel. La tradition veut que l'on ait recours aux participants antérieurs des enquêtes récurrentes, c'est-à-dire la participation répétée des mêmes personnes au processus de réponse à la même enquête (longitudinale). Certains répondants de l'étude ont prétendu qu'ils y répondaient depuis des années. Certains y

répondent depuis qu'ils ont commencé leur emploi ou depuis le départ à la retraite, le départ pour un congé de maladie prolongé ou la cessation d'emploi d'un collègue.

De nombreux processus organisationnels reposent sur des pratiques courantes et des procédures établies, qui entraînent la sélection des participants habituels. Cela signifie que même lorsqu'une nouvelle demande d'enquête est soumise à l'entreprise, ses responsables procéderont probablement de la même façon que pour les demandes d'enquête précédentes, en raison de la répartition relativement stable du travail. En fait, certains des répondants de la présente étude ont expliqué que le questionnaire d'enquête est souvent acheminé au même service ou à la même personne, qui y donne habituellement suite, même s'il n'existe pas de politique officielle sur les enquêtes. Comme l'a expliqué un répondant : « Ils préfèrent me les confier – c'est la seule politique en place ». Certains répondants savaient quels types d'enquêtes leur étaient confiées et disaient, par exemple : « Je m'occupe de toutes les statistiques, sauf la paie » ou « Je m'occupe de toutes les statistiques, y compris celles pour la Banque de Slovénie, mais pas pour Intrastat ». Même dans les grandes entreprises, il arrivait souvent que la même personne réponde à plusieurs questionnaires d'enquête différents ; une personne répondait à tous les questionnaires d'enquête servant à recueillir des données financières, que ce soit pour la Banque de Slovénie, le Bureau de la statistique ou l'Agence des dossiers juridiques publics, d'autres ont fourni une liste d'enquêtes particulières auxquelles elles devaient répondre, par exemple, des enquêtes sur les investissements, les actifs fixes, la valeur ajoutée, etc.

L'emplacement de l'information représente un facteur essentiel qui influence la sélection des participants des entreprises, dans le contexte des erreurs de mesure. Elle présuppose une connaissance suffisante pour fournir une réponse précise, y compris l'accès approprié aux dossiers, au besoin. Dans la présente étude, de nombreux répondants ont indiqué qu'ils avaient été choisis parce qu'ils avaient accès aux données, par exemple : « J'ai les données et je sais comment les récupérer ».

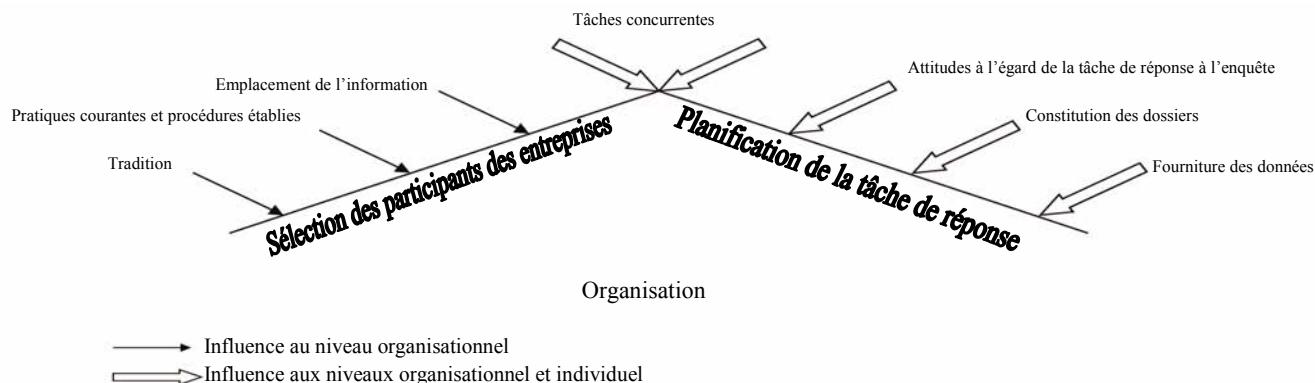


Figure 2 Facteurs qui influencent l'organisation de la réponse à l'enquête

La concurrence entre les tâches est liée à l'affectation des personnes et à l'ordre des tâches. Elle a généralement une influence sur le choix des participants des entreprises au niveau organisationnel, lorsque divers participants possibles sont comparés, ainsi que sur la planification de la tâche de réponse à l'enquête au niveau individuel, lorsque les priorités des diverses tâches d'un participant sont prises en compte. Dans plusieurs petites entreprises principalement, les répondants à l'étude ont convenu qu'ils accordaient un faible niveau de priorité à la tâche de réponse aux enquêtes lorsqu'ils planifiaient leur travail : « la TVA (taxe sur la valeur ajoutée), le recouvrement des dettes, la tenue de livres... ont tous la priorité sur les statistiques ». Une autre répondante a indiqué qu'elle « ne penserait jamais répondre à l'enquête le jour où tous les enregistrements comptables sont effectués », mais qu'elle vérifie plutôt « le bilan..., les passifs, l'état des paiements, le montant de la dette, la situation financière ». Un autre a expliqué le déroulement du travail de la façon suivante : « rapports internes en premier lieu, affaires courantes par la suite, rapports statistiques après ». Dans quelques grandes entreprises, toutefois, les répondants ont indiqué qu'ils remplissaient les questionnaires d'enquête dès que les données étaient disponibles ou finales.

De même, les attitudes à l'égard de la tâche de réponse aux enquêtes peuvent être examinées au niveau organisationnel, par l'entremise des politiques officielles sur les enquêtes et des réactions informelles des autorités, ainsi que des perceptions individuelles. Les entreprises visées par la présente étude n'avaient pas de politique officielle sur les enquêtes, même si le discours tenu par les autorités dans certaines entreprises faisait ressortir leurs attitudes négatives : « C'est seulement des statistiques ; préparez quelque chose ». Les attitudes de l'organisation peuvent avoir des répercussions sur l'organisation de la réponse aux enquêtes, qui prennent la forme de conséquences possibles pour l'entreprise, et plus particulièrement, de coûts d'opportunité, de sanctions et de mauvaise image dans le public. La plupart des participants ont exprimé une attitude négative à l'égard des enquêtes, les décrivant comme « un mal nécessaire » et comme « redondantes » ou « une source de travail additionnelle ». Les attitudes individuelles à l'égard des enquêtes peuvent contribuer à la planification précoce, en temps opportun ou tardive de la tâche ; elles peuvent aussi influencer l'inclusion d'une personne dans la tâche de réponse ou son exclusion.

La constitution de dossiers et la fourniture de données sont des éléments clés de la planification des tâches de réponse. L'échéancier de la constitution des dossiers sert à déterminer quand les dossiers comportant les données requises concernant l'entreprise ont été créés dans une forme acceptable ou souhaitable, particulièrement lorsque les

données deviennent finales. Les répondants des grandes entreprises et des entreprises sous contrôle étranger parlaient généralement d'échéances internes pour la « fermeture des livres » ou de l'échéance pour la présentation des rapports sur la TVA. La fourniture des données est pertinente dans les cas où le participant dépend d'autres personnes pour fournir les données requises. Cela s'applique particulièrement aux entreprises comptables dans la présente étude. Toutefois, l'échéance liée à la constitution des dossiers et à la fourniture des données peut varier selon le type de données requises, ce qui fait que la dernière constitution de dossiers et la dernière fourniture de données déterminent dans les faits la planification proprement dite. Par exemple, certains répondants ont expliqué qu'ils avaient besoin de plus de temps pour obtenir la valeur correcte des stocks, par rapport aux chiffres de ventes, en raison de retard dans la consignation des factures qui entrent.

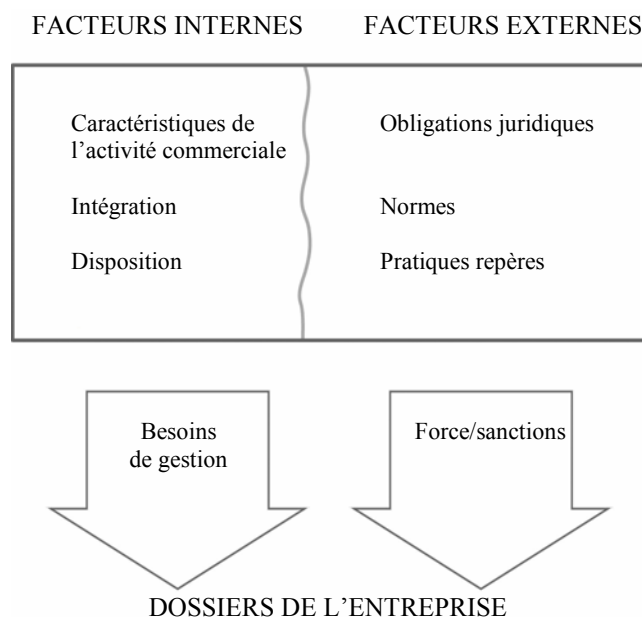
Une fois la tâche de réponse à l'enquête organisée, elle peut être exécutée, même s'il est parfois nécessaire de préciser davantage la sélection des participants des entreprises ou la planification, en vue de fournir tous les éléments requis, et de prévoir les absences du travail et d'autres circonstances.

### 3.2.2 Récupération de données dans le système d'information de l'entreprise

La capacité du système d'information de l'entreprise (SIE) est le facteur clé qui influence le processus de réponse et son résultat dans les enquêtes auprès des entreprises. Le SIE ne comprend pas uniquement l'élément technologique ; il englobe aussi les personnes (Avison et Elliot 2006). La capacité humaine du SIE pertinente pour la réponse aux enquêtes auprès des entreprises se reflète principalement dans les processus cognitifs au niveau individuel (voir la section 3.3), tandis que sa capacité technologique est déterminée grâce aux dossiers de l'entreprise au niveau organisationnel. L'étude a démontré que la constitution des dossiers de l'entreprise dépend de facteurs internes et externes, ce qui fait que la limite entre les deux groupes est floue (voir la figure 3).

Des facteurs externes – obligations juridiques, normes et pratiques repères – sont imposés aux compagnies par l'environnement et dictent de force ou par la menace de sanctions le contenu des dossiers des entreprises. Les dispositions législatives, les règlements et d'autres formes de pouvoirs prévus dans la loi définissent les obligations juridiques. À cet égard, les répondants de l'étude ont mentionné principalement le respect obligatoire des normes comptables et des exigences fiscales. Ces derniers éléments se rapportent à l'ensemble de l'entreprise (par exemple, les rapports sur la TVA) ou à des éléments précis (par exemple, les taxes d'accise sur les produits du tabac). Parmi les autres

exigences obligatoires figurent les contributions, les garanties, l'assurance, les questions environnementales, *etc.* Les participants ont habituellement noté le caractère obligatoire des enquêtes gouvernementales auprès des entreprises, même si l'absence de sanctions en cas de non-réponse ou de réponse tardive en a incité certains à le remettre en question ; par ailleurs, la modification de la constitution des dossiers à des fins statistiques était impensable pour la plupart des participants à l'étude. Les normes représentent un aspect moins rigide des facteurs externes : elles ne sont pas obligatoires, mais on s'attend à ce qu'elles soient appliquées dans la plupart des cas. Deux exemples tirés de l'étude comprennent l'utilisation d'une classification fondée sur le code à barres du numéro d'article européen et les recommandations des responsables comptables. Selon l'étude, les normes n'étaient pas appliquées pour des raisons particulières ; par exemple, les systèmes d'information des détaillants les plus petits n'utilisaient pas de codes à barres. Les pratiques repères sont le groupe de facteurs externes qui a le moins d'influence. Elles ont trait à des exemples de bonnes pratiques qui ont acquis une certaine reconnaissance et autorité, de par leur réputation (et non pas selon la loi ou un pouvoir institutionnel). Par exemple, certains répondants à l'étude ont mentionné les logiciels désuets par rapport aux normes courantes, tandis que d'autres ont souligné la puissance de leur logiciel et son influence positive sur la fourniture des données.



**Figure 3 Facteurs liés à la constitution des dossiers**

Des facteurs externes sont à la base de l'homogénéité des données et de la comparabilité des dossiers d'une entreprise à l'autre, à tout le moins dans le cas de celles qui ont des

activités économiques similaires. Ils fournissent un cadre dans lequel les compagnies élaborent leurs propres solutions en ce qui a trait aux dossiers d'entreprise, selon des facteurs internes, à moins que le respect des exigences obligatoires ne réussisse à combler entièrement les besoins de données nécessaires au fonctionnement de l'entreprise, comme c'était le cas dans les petites compagnies locales. Parmi les facteurs internes de la constitution des dossiers figurent les caractéristiques de l'activité de l'entreprise, par exemple, l'importance de ses activités, leur type et leur diversité ; l'intégration dans l'environnement commercial ; et la disposition à constituer des dossiers.

L'importance des activités de l'entreprise joue un rôle crucial dans la constitution des dossiers, parce qu'elle fournit un aperçu différent. Dans l'étude, la plupart des grandes entreprises disposaient d'une abondance de données. Les dossiers des entreprises fournissent des renseignements qui ne peuvent pas être obtenus par la participation ou l'observation seulement. Ceci étant dit, l'importance des activités de l'entreprise est relative, particulièrement si la taille est observée uniquement à l'intérieur des limites juridiques ou des frontières nationales. Par conséquent, il vaut mieux parler de l'intégration dans les réseaux de divers types. Dans l'étude, par exemple, quelques entreprises plus petites étaient sous contrôle étranger, ce qui exigeait la production de rapports exhaustifs, malgré la distance, et la gestion de l'entreprise à distance, et une autre petite entreprise devait utiliser le logiciel perfectionné d'un partenaire commercial, parce que celui-ci était son principal fournisseur. L'étude a aussi fait ressortir comment les différents types d'activités ont influencé le type de dossiers disponibles ; par exemple, les entreprises de commerce de gros qui indiquent habituellement le nom de leurs destinataires sur leurs factures avaient davantage d'information sur leurs acheteurs que les entreprises du commerce de détail, qui fournissent habituellement des reçus sans indiquer de nom. La grande diversité des activités commerciales représente aussi un défi de taille pour la constitution des dossiers dans la plupart des entreprises ; en général, les entreprises plus petites avaient renoncé à utiliser des dossiers détaillés et étaient forcées de produire des estimations à la place. Enfin, la disposition a trait aux attitudes des personnes de l'entreprise à l'égard des divers aspects de la constitution des dossiers, par exemple, le désir de produire des données, la technologie de l'information et les changements. Certaines entreprises dépendaient dans une large mesure d'un processus de décision fondé sur des faits probants et avaient une haute opinion des données ; d'autres ont manifesté de l'enthousiasme à l'égard des possibilités de la technologie de l'information, mais quelques autres ne voyaient aucune utilité aux données.

Les facteurs de la constitution des dossiers influencent la disponibilité des données dans les dossiers de l'entreprise et

leur conformité aux définitions de l'enquête. La disponibilité des données semble se situer à l'intersection de la capacité technologique et humaine dans l'entreprise ; des connaissances sont requises pour extraire des données du SIE, à condition que de telles données existent. Plusieurs niveaux de disponibilité de réponse dans le SIE s'appliquent aux questions d'enquête (voir la figure 4) ; leur désignation a été inspirée par la détermination des états cognitifs dans Beatty et Herrmann (2002) et est en principe conforme à ce qui est proposé par Lorenc (2007) :

- a) Les données sont accessibles – la réponse requise est facilement disponible. Dans cette étude, un exemple type est le total des revenus des ventes, qui est facilement disponible auprès des responsables de la comptabilité, ou sur le nombre d'employés, qui est facilement disponible auprès du service du personnel.
- b) Les données peuvent être produites – la réponse requise n'est pas facilement disponible pour quiconque ; les données disponibles représentent la base de la production de la réponse requise, grâce à la manipulation. Dans l'étude, par exemple, les revenus de ventes d'une activité commerciale particulière n'étaient pas toujours facilement disponibles, mais il était possible de calculer le chiffre exact en consultant deux dossiers distincts (c'est-à-dire le grand livre général et les dossiers commerciaux).
- c) Les données peuvent être estimées – la réponse requise n'est pas facilement disponible pour quiconque ; les données disponibles représentent une approximation de la réponse requise ou une base pour l'estimation de la réponse requise, grâce à la manipulation. Dans l'étude, une ventilation des ventes selon les groupes de produit (par exemple, aliments, boissons, vêtements, chaussures) a souvent été estimée en répartissant à nouveau entre des catégories les groupes disponibles ; toutefois, ces catégories étaient parfois trop agrégées ou trop diversifiées pour permettre un appariement exact (par exemple, les articles de Noël, les cadeaux de Pâques, les produits discontinués).
- d) Les données sont inconcevables – aucune donnée disponible ne mène à la réponse requise ou à une approximation de celle-ci ; certaines bases pour la production ou l'estimation de la réponse requise existent, mais elles nécessitent un effort inimaginable pour la produire. Par exemple, une compagnie devrait classer plus de 10 000 factures chaque mois pour produire une ventilation exacte des ventes selon le type d'acheteur.
- e) Les données sont inexistantes – il n'existe pas de base pour l'estimation de la réponse requise. Dans l'étude, un magasin libre-service ne peut pas faire de distinction entre les différents types d'acheteurs,

parce qu'il délivre le même type de facture non identifiée à tous les clients, compagnies et particuliers.

Comme la disponibilité des données varie selon les personnes appartenant à l'entreprise, il peut être utile de déterminer la disponibilité des réponses au niveau individuel. Dans ce cas, une distinction doit être faite entre une réponse que quelqu'un peut obtenir directement et une réponse qui est accessible uniquement par l'entremise d'une autre personne.

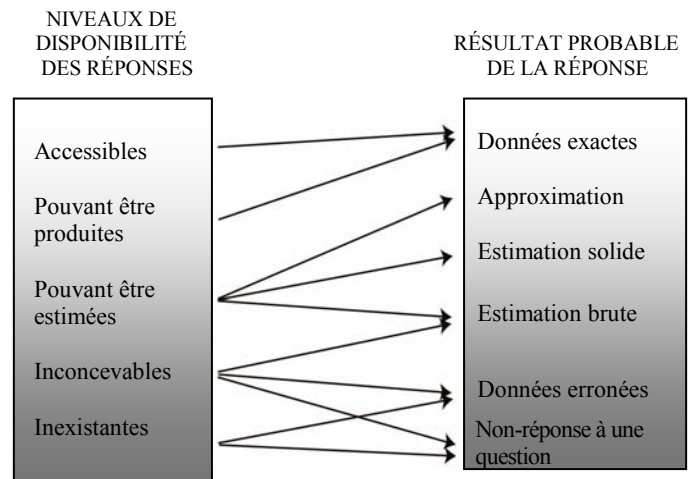


Figure 4 Niveaux de disponibilité des réponses et résultat probable de la réponse

Le résultat de la réponse finale est conditionnel au niveau de disponibilité des réponses et peut aller de données exactes à la non-réponse à une question particulière (voir la figure 4). Une erreur de mesure se produit lorsque le résultat de la réponse s'écarte des données exactes. Lorsque les données sont accessibles ou qu'elles peuvent être produites, la réponse aura probablement pour résultat des données exactes, même si la possibilité de commettre une erreur augmente si les données sont accessibles par l'entremise d'autres personnes ou doivent être manipulées. Lorsque les données peuvent être estimées, le résultat de la réponse peut constituer une approximation comportant une erreur de mesure négligeable ou une estimation comportant une erreur de mesure mineure ou substantielle. Les données inconcevables peuvent, au mieux, mener à une estimation brute. Lorsque les répondants ne disposent pas de base appropriée pour fournir une réponse, ils peuvent faire des suppositions tous azimuts, qui donnent lieu à des erreurs, ou ils peuvent sauter la question, ce qui entraîne la non-réponse à une question.

### 3.2.3 Autorisation de la réponse dans l'entreprise

L'autorisation constitue la dernière occasion de prendre des mesures correctives avant que la réponse de l'entreprise ne soit envoyée à l'organisme chargé de l'enquête et que la documentation ne soit archivée. La plupart des entreprises



comprises dans la présente étude ont trouvé cette étape de l'organisation inutile et l'ont même sautée. Dans plus de la moitié des entreprises, les répondants ont signé les questionnaires eux-mêmes, parce « qu'ils avaient le mandat de signer ce genre de choses » et parce que « le directeur est très rarement sur place » ou « ne s'occupe pas de ces choses ». Toutefois, même dans ces cas, certains répondants ont mentionné que le directeur avait été informé de la procédure. Dans plusieurs entreprises, le supérieur a signé le questionnaire pour l'officialiser et aucune procédure de vérification n'était en place, parce que « le directeur faisait confiance » ou « n'avait pas les données nécessaires », ou parce que « nous travaillons de cette façon ». Un supérieur était généralement présent dans les entreprises les plus importantes et était à la source d'une autorisation officielle ou d'un avis informel. Les cas de vérification interne étaient rares, ce qui pourrait être une conséquence des consultations avec le supérieur ayant précédé. Les entreprises comptables fournissaient habituellement le questionnaire rempli à l'entreprise pour qu'il soit signé, même si certains responsables d'entreprise ont parfois signé le questionnaire non rempli à l'avance.

### 3.3 Niveau individuel

Compte tenu du niveau de disponibilité des réponses dans le SIE, c'est le résultat des processus cognitifs et des mesures matérielles qui les accompagnent (particulièrement l'interaction avec les ordinateurs) au niveau individuel qui détermine le résultat final de la réponse. Selon le MMIREE, trois types de connaissances intrinsèquement liées sont pertinents pour ces processus : connaissance de la réalité de l'entreprise, connaissance de la constitution des dossiers et connaissance des dossiers de l'entreprise (voir la figure 5). Même s'il peut être difficile de séparer les trois types de connaissances dans les faits, l'étude semble supposer que chaque type a une influence particulière sur un type de processus cognitif.

La répartition des processus cognitifs entre la compréhension, la recherche, le jugement et la réponse est tirée du

modèle de réponse de Tourangeau (1984). Dans les enquêtes auprès des entreprises, ces processus ne sont pas définis aussi facilement que dans les enquêtes auprès des particuliers, parce qu'il arrive que l'organisation initiale de la réponse fasse intervenir uniquement un examen bref et superficiel de la tâche de réponse, ce qui n'a à peu près pas de répercussions sur le processus de réponse ultérieur, ou encore une réflexion approfondie au sujet des questions. L'étude a été axée principalement sur les processus cognitifs des répondants parce que c'est à eux qu'il revient de répondre aux questions d'enquête. Néanmoins, des observations des autres participants des entreprises sont fournies lorsqu'elles sont disponibles.

#### 3.3.1 Compréhension

Dans les processus de compréhension, les répondants interprètent les demandes de données de l'enquête, qui prennent habituellement la forme d'étiquettes plutôt que de questions. Selon le MMIREE, dans le cas des processus de compréhension, la connaissance de la réalité de l'entreprise est particulièrement importante. La réalité de l'entreprise a trait aux activités que mène l'entreprise pour subsister et à la répartition du travail entre les emplacements et les personnes. La connaissance de la réalité de l'entreprise pré-suppose donc une connaissance de tous les aspects de l'entreprise : qui fait quoi, quelles sont les activités de l'entreprise et comment sont-elles menées, comment les décisions sont-elles prises, pourquoi la situation de l'entreprise est-elle ce qu'elle est, comment a-t-elle évolué au fil du temps, *etc.* Étant donné que les entreprises plus importantes ont tendance à être complexes et à comporter des divisions techniques et sociales du travail, des filiales, une hiérarchie organisationnelle et une structure de prise de décisions (Tomaskovic-Devey, Leiter et Thompson 1994), on peut s'attendre à ce que la fragmentation de la connaissance de la réalité de l'entreprise augmente avec la taille de l'entreprise.

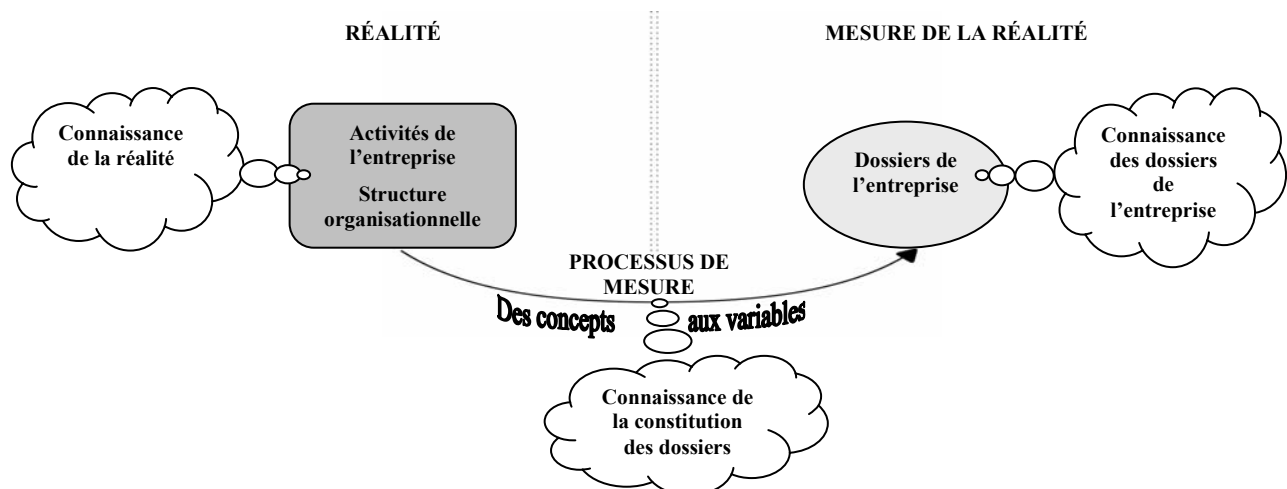


Figure 5 Connaissances pertinentes au processus de réponse aux enquêtes auprès des entreprises

Cette connaissance est essentielle pour déterminer si les questions de l'enquête s'appliquent à l'entreprise et pour fournir des réponses correctes par la suite. En fait, aucune entreprise visée par l'étude n'a répondu à toutes les questions de l'enquête. Les répondants devaient remplir uniquement les sections qui s'appliquaient au type d'activité commerciale qu'ils avaient. Les questions de l'enquête les ont aussi obligés à sélectionner les groupes de biens et services pertinents, les types d'emploi, les types d'acheteurs du commerce de gros, les types de paiements du commerce de détail, *etc.* La connaissance requise de la réalité de l'entreprise était parfois spécifique : un répondant, par exemple, avait besoin de données concernant les relations entre l'entreprise comme franchiseur et ses franchisés, afin d'éviter le dénombrement en double ou l'exclusion de certains éléments.

Parmi les obstacles majeurs liés à l'utilisation de la connaissance de la réalité de l'entreprise pour bien comprendre les questions de l'enquête figurent la mauvaise compréhension des concepts économiques et comptables ou leur confusion avec d'autres concepts. Par exemple, un répondant avait de la difficulté à faire une distinction entre le concept de commerce, qui comprend le regroupement de biens, et le concept de production, qui comprend une transformation des biens au-delà de leur regroupement ; quelques répondants se sont posés des questions concernant la vente à commission, parce que leur activité était la vente, mais que la comptabilité la traitait comme un service ; de nombreux répondants associaient le commerce de détail à un magasin plutôt qu'à des personnes comme consommateurs finaux, peu importe le type d'acheteur ; un répondant a défini le commerce de gros comme « toute activité commerciale non payée au comptant », plutôt que de le lier à la consommation non finale ; certains répondants ne comprenaient pas que les « organisations non commerciales et autres que de fabrication » étaient des fournisseurs de services ; d'autres ne comprenaient pas la différence entre les marchandises et les matériaux, ces derniers étant un facteur de production (et non pas de commerce) dans la terminologie comptable, mais prenant un autre sens en langage courant, par exemple, les matériaux de construction.

Les répondants à l'étude ont souvent utilisé leurs propres définitions pour interpréter les questions de l'enquête. Il en va de même pour les participants des entreprises qui ont fourni des données sur demande sans consulter le questionnaire et/ou le livret d'instructions. Cela s'est produit par exemple dans quelques entreprises importantes, où les fournisseurs de données dépendaient complètement de leurs propres définitions d'espace de vente lorsqu'ils ont fourni des données sur la répartition des magasins selon la taille de l'espace de vente, des explications plus poussées n'étant disponibles que dans le livret d'instructions.

### 3.3.2 Recherche

Dans les processus de recherche, les données et l'information requises pour répondre à l'enquête sont localisées et

recupérées. Dans les enquêtes auprès des entreprises, les données se trouvent habituellement dans les dossiers de l'entreprise, et non pas dans les mémoires des gens, mais des connaissances sont essentielles pour leur extraction et leur interprétation. La recherche dépend donc principalement de la connaissance des dossiers de l'entreprise, qui a trait au contenu et à l'emplacement des dossiers dans l'entreprise et aux possibilités d'accès aux données, y compris la connaissance des applications et des personnes qui en sont chargées.

Les répondants à l'étude ont principalement affiché une bonne connaissance des dossiers de l'entreprise qu'ils utilisaient. Dans quelques entreprises où les supérieurs ont participé au processus de réponse, ces derniers ne connaissaient pas tous les détails des dossiers et ont demandé à un adjoint d'effectuer la recherche, mais ils avaient une excellente connaissance de la réalité de l'entreprise et savaient comment elle était transposée dans les dossiers. Toutefois, même une connaissance parfaite des dossiers de l'entreprise ne suffisait pas toujours pour récupérer les réponses. Lorsque les dossiers de l'entreprise ne comportaient pas toutes les données nécessaires, la connaissance de la réalité de l'entreprise devenait essentielle pour faire les hypothèses appropriées et produire de bonnes estimations. Cela s'est parfois produit dans de grandes entreprises et des entreprises comptables où les répondants connaissaient très bien les dossiers, y compris le plan comptable et ses codes, mais n'avaient qu'une connaissance vague de l'assortiment de marchandises. Par conséquent, ils ont dû utiliser des estimations pour classer les ventes selon les groupes de produits, leur connaissance des activités de l'entreprise n'étant pas comparable à la connaissance exhaustive et de première main du personnel des ventes. Dans les entreprises plus petites, l'absence des données nécessaires dans les dossiers a parfois signifié qu'il a fallu dépendre complètement de la mémoire des personnes, plutôt que des dossiers ; un répondant, par exemple, est arrivé au chiffre d'emploi pour le commerce de gros en dénombant les personnes dans les lieux de travail pertinents, à savoir les chauffeurs de camion, les personnes qui travaillaient à l'entrepôt, le personnel des ventes et les commis de bureau.

### 3.3.3 Jugement

Le jugement a trait à la compilation de toutes les données et de l'information récupérées pour formuler une réponse. Dans la présente étude, il a souvent trait à une manipulation ou à un traitement des données, comme des sommes, un équilibrage avec les données résiduelles, une nouvelle catégorisation et l'application de proportions. Le jugement est principalement appuyé par la connaissance de la constitution des dossiers. Cette connaissance fournit des renseignements sur la façon dont la réalité de l'entreprise est transposée dans les dossiers et fait en sorte que les données saisies ne sont pas considérées comme des chiffres isolés, des codes ou des mots, mais prennent une certaine signification représentant les processus et les objets mesurés. Il sert par conséquent à

faire le lien entre la connaissance de la réalité de l'entreprise et la connaissance des dossiers de l'entreprise (voir la figure 5). Son importance a été notée, par exemple, au cours de l'observation d'une répondante qui remplissait le questionnaire et qui devait jongler avec l'incohérence des données récupérées sur les ventes. Afin de déterminer les erreurs, elle a dû analyser systématiquement les activités autres que de vente au cours de la période observée et le caractère approprié de leur codage dans les dossiers pour finalement découvrir une transaction qui n'aurait pas dû être incluse dans les chiffres de ventes.

Toutefois, le manque de connaissance n'expliquait pas certains jugements comportant un résultat de réponse défavorable, ce qui fait que l'on a étudié plus étroitement les principes guidant le jugement. Parmi les principes les plus répandus du processus étudié de réponse à l'enquête figurait le principe de continuité, qui préconise l'utilisation de la même stratégie de réponse dans les enquêtes récurrentes, même si cela mène à des erreurs. La continuité a été étudiée au cours d'une même année, mais aussi d'une année à l'autre. Elle semblait s'être améliorée comme en faisait foi l'absence de rétroaction négative de l'organisme statistique et sa satisfaction présumée à l'égard des données. L'étude a permis d'identifier plusieurs répondants qui ont utilisé des procédures détaillées de calcul qui étaient assez désuètes. Un répondant a même laissé de côté, par erreur, la section des ventes à commission, mais n'a pas modifié la procédure au cours de l'année, afin d'éviter les ruptures dans les données déclarées.

Deux autres principes ont été déterminés en rapport avec le principe de continuité : le principe d'uniformité et le principe de la non-prise en compte des cas exceptionnels. Le principe d'uniformité signifie l'utilisation de la même stratégie de réponse ou de stratégies de réponse similaires dans le même questionnaire d'enquête. Par exemple, un répondant qui a attribué diverses marchandises à un seul groupe de produits du commerce de gros a fait la même chose pour le commerce de détail. Un répondant qui a estimé le chiffre d'affaires du commerce de gros à partir des données de la TVA a utilisé la même approche pour le chiffre d'affaires du commerce de détail, *etc.* Le principe de la non-prise en compte des cas exceptionnels signifie laisser de côté les nouvelles activités ponctuelles ou temporaires. Par exemple, un répondant à l'étude a déclaré par inadvertance une activité temporaire non comprise dans le questionnaire ; un autre a fait mention de l'exclusion de nouvelles activités des rapports en raison de leur succès incertain. La question est toutefois de déterminer la façon d'établir les limites quant à la nouveauté et au caractère temporaire, ainsi que le moment précis où ces activités deviennent représentatives de l'entreprise.

Le principe de la non-prise en compte des cas exceptionnels est aussi lié au principe de la non-prise en compte des cas marginaux, c'est-à-dire laisser de côté les activités qui sont perçues comme marginales pour l'entreprise. Par exemple, certains répondants à l'étude ont laissé de côté

certaines éléments des ventilations des ventes s'ils représentaient moins de 1 % des activités. Les répercussions du principe dépendent de l'utilisation des données recueillies. Il ne devrait pas y avoir de conséquences si l'objectif est d'estimer des variations ou des totaux nationaux. Toutefois, les ventes d'un groupe particulier de produits peuvent être marginales pour une grande entreprise, mais ne pas l'être pour le marché de ce groupe de produits.

Le principe de la perspective de l'entreprise préconise que la perspective de l'entreprise ait priorité sur la demande statistique. Dans l'étude, les données sur les unités organisationnelles existantes ont été considérées comme acceptables, même si elles divergeaient des unités requises ; les données sur les divers types d'emballages (par exemple, un journal accompagné d'un livre) qui étaient pertinentes dans la perspective de l'entreprise n'ont pas été séparées à des fins statistiques.

### 3.3.4 Réponse

La composante de réponse a trait au processus de mise en correspondance d'un jugement et d'une catégorie de réponse, ainsi qu'au contrôle de la réponse (Tourangeau, Rips et Rasinski 2000). Dans les enquêtes auprès des entreprises, la mise en correspondance se traduit habituellement par l'appariement des données disponibles du SIE et des catégories de réponse offertes, ce qui laisse de la place pour une forme particulière d'erreur de mesure : la classification erronée. Par exemple, lorsque les répondants avaient des problèmes à intégrer les données sur les ventes disponibles dans le modèle de classification fourni, ils ont souvent choisi la catégorie la plus proche, la catégorie principale ou la catégorie « autre ».

L'étude a aussi fait ressortir la présence de processus de contrôle montrant les différents aspects de la sensibilité des entreprises. Certains répondants à l'étude ont vérifié si leur sélection du code d'activité définitif correspondait à l'activité enregistrée, ce qui pourrait être le signe qu'ils craignaient de ne pas se conformer aux exigences administratives. Le fait de ne pas déclarer des personnes travaillant dans l'entreprise familiale peut être révélateur d'un cas d'évasion fiscale. Même si de nombreux répondants ont convenu que les données déclarées dans le questionnaire étaient considérées comme confidentielles, on a noté peu de preuve de non-divulgaration à dessein de données à l'organisme statistique (par exemple, ne pas déclarer de données détaillées sur les nouvelles activités).

### 3.4 Niveau de l'enquête

Le MMIREE offre la possibilité de conceptualiser le processus de réponse sur plusieurs itérations d'une enquête ou sur plusieurs années. Il permet donc, au niveau conceptuel, l'observation de la façon dont les éléments du plan d'enquête, qui relève du contrôle de l'organisme chargé de l'enquête, influencent le processus de réponse.

L'étude a été axée sur les répercussions de la récurrence du processus de réponse. Lorsque l'enquête est administrée de façon répétée à la même entreprise, l'organisation de la réponse à l'enquête devient moins pertinente ou non pertinente s'il s'agit d'une réplique parfaite de l'occurrence précédente. Les processus cognitifs au niveau individuel étaient caractérisés par la routine, lorsqu'ils étaient exécutés par les mêmes participants. De nombreux répondants ont admis qu'ils n'avaient pas lu l'ensemble du questionnaire, sans parler des instructions. Cela s'est aussi produit dans des entreprises qui avaient accepté d'être observées lorsqu'elles remplissaient le questionnaire : une fois que les répondants avaient consulté rapidement le questionnaire pour vérifier s'il comportait des changements, ils se lançaient dans le processus de recherche à partir du questionnaire rempli précédemment ou d'autre documentation et des notes d'appui. L'étape de la compréhension a donc été exécutée de façon superficielle et avait davantage trait à la compréhension du questionnaire rempli précédemment qu'à la compréhension des demandes de l'enquête. Les procédures de recherche suivaient la démarche établie précédemment et affichaient des effets de courbe d'apprentissage. Le jugement du répondant se limitait à l'approche initiale et n'était pas susceptible de changer. La récurrence a fréquemment réduit la supervision assurée par le répondant et l'importance de l'autorisation, et parfois même menacé son existence.

Étant donné que la tâche de l'enquête était affectée aux mêmes personnes ou services de l'entreprise, bon nombre d'entre eux ont tôt ou tard eu des contacts avec le personnel de l'enquête, même si l'on avait adopté le mode courant d'auto-administration pour la collecte des données dans les enquêtes auprès des entreprises. Ce contact pouvait se produire tôt dans le processus de réponse et influencer la compréhension et le jugement du répondant. Cela a rarement été le cas dans l'étude ; seulement quelques répondants ont demandé des explications la première fois qu'ils ont participé à l'enquête, et un autre répondant a demandé de l'aide lorsque l'activité de l'entreprise a changé. Les contacts dans le cadre desquels les répondants demandaient un report de l'échéance n'ont pas semblé influencer le processus de réponse subséquent, même si on ne pouvait pas en dire autant pour les répondants qui ont refusé de participer. Tous les autres contacts se sont produits au cours d'un suivi, lorsque le processus de réponse, ou des parties de celui-ci, ont dû être repris, ce qui pouvait donner lieu à une réponse d'enquête rajustée. Même si les répondants ont principalement reconnu la politesse du personnel de l'enquête, leurs appels visaient à signaler que quelque chose allait mal : une échéance manquée, un élément manquant dans le questionnaire, un manque d'uniformité dans les données déclarées. La rareté de ces contacts a fait une impression considérable sur les répondants, parce que ces contacts étaient souvent le seul type de rétroaction assuré par l'organisme statistique.

Par contre, les répondants n'ont pas toujours apprécié le manque de rétroaction. Ils s'attendaient à de la rétroaction

de l'organisme statistique après leur première participation à l'enquête, mais cela ne s'est généralement pas produit. L'absence de réaction les a rendus confiants à l'égard de leur approche, renforçant ainsi le principe de continuité dans leur jugement. Toutefois, de nombreux répondants ont déclaré au moins un élément de donnée qui n'était pas complètement exact (ou pas aussi exact qu'ils l'auraient voulu) et ils ont perçu l'absence de plainte comme une acceptation des données erronées. Certains répondants étaient convaincus que l'organisme statistique connaissait leur activité commerciale, ce qui fait qu'ils ont rarement fourni des descriptions textuelles des mouvements saisonniers. Compte tenu de ces observations, il n'est pas surprenant de constater que plusieurs répondants ont exprimé des doutes concernant l'exactitude des données statistiques, ou remis en question l'exactitude des données fournies par les autres. La rétroaction appropriée n'est pas seulement importante pour cette enquête particulière, mais aussi pour la participation à d'autres enquêtes, parce qu'elle contribue à la perception générale concernant les enquêtes et les statistiques.

#### 4. Examen des contributions du modèle

La prédominance des communications écrites entre l'organisme chargé de l'enquête et les entreprises a fait en sorte que les participants des entreprises n'étaient plus au centre de la production statistique, ce qui a réduit les possibilités d'intervention dans le processus de réponse aux demandes d'enquête et les causes des erreurs de mesure. En étudiant les mécanismes de réponse et les facteurs d'influence, les modèles de réponse contribuent à faire ressortir ces connaissances et approches en matière de conception, qui font de cette connaissance un avantage. La présente section aborde les contributions du MMIREE aux modèles de réponse précédents s'appliquant aux enquêtes auprès des entreprises.

##### 4.1 Construction du modèle

Deux approches ont servi à la construction des modèles précédents : l'ajout de certaines étapes organisationnelles ou processus cognitifs de base, à partir du modèle cognitif de réponse aux enquêtes de Tourangeau (Biemer et Fecso 1995 ; Edwards et Cantor 1991 ; Sudman et coll. 2000 ; Willimack et Nichols 2001) ou l'utilisation de l'organisation comme unité d'observation (Lorenz 2006). Le MMIREE relie explicitement les processus et le niveau auquel ils se produisent : les processus cognitifs au niveau individuel et les processus organisationnels au niveau de l'organisation (dans ce cas, l'entreprise). Il prévoit aussi l'observation du processus de réponse sur plusieurs itérations de la même enquête ou sur plusieurs enquêtes comportant des plans différents, ce qui est particulièrement intéressant dans le cas des enquêtes gouvernementales. Grâce à l'analyse des processus de réponse complexes au niveau d'observation

approprié, le MMIREE établit un cadre qui peut aussi être utilisé pour la modélisation quantitative et la conception expérimentale.

#### 4.2 Observations au niveau de l'organisation

Les modèles précédents ont abordé les modalités organisationnelles initiales dans le contexte de la sélection des répondants (Biemer et Fecso 1995 ; Edwards et Cantor 1991) ou dans le cadre d'étapes distinctes de la sélection des répondants et de l'établissement des priorités, ce dernier processus classant la production de données statistiques pour les administrations publiques à un niveau plus bas que la plupart des autres activités de rapports des entreprises (Sudman et coll. 2000 ; Willimack et Nichols 2001). Ils ont aussi déterminé plusieurs facteurs qui influencent la sélection des répondants, et plus particulièrement le rôle fonctionnel, le niveau d'autorité et la position à l'égard du système d'information (Edwards et Cantor 1991), la connaissance du système d'information, des modalités et des définitions (Biemer et Fecso 1995), les responsabilités professionnelles concurrentes et l'accès aux données (Sudman et coll. 2000). Le MMIREE intègre toutes les activités préparatoires dans l'organisation de la réponse à l'enquête et suggère une liste élargie de facteurs d'influence. Dans l'organisation de la réponse à l'enquête, on reconnaît maintenant que la délégation des tâches peut aussi inclure la sélection d'autres participants des entreprises, mis à part les répondants, et que la priorité des tâches concurrentes n'est que l'un des facteurs influençant la planification des tâches.

Dans tous les modèles précédents, on a accordé une attention considérable à la constitution des dossiers. Le MMIREE laisse supposer une systématisation différente et un prolongement des facteurs de la constitution des dossiers, qui ont été regroupées initialement sous les termes gestion, réglementation et normes par Willimack et Nichols (2001). Étant donné qu'il est généralement peu probable que les exigences des rapports statistiques constituent un facteur réel de la constitution des dossiers, le MMIREE peut aider l'organisme chargé de l'enquête dans ses tentatives d'influencer la constitution des dossiers et d'obtenir, au bout du compte, les données requises. Le MMIREE, qui tient compte de la capacité technologique et humaine du SIE, définit plusieurs niveaux de disponibilité de réponse selon la mesure dans laquelle la réponse se conforme aux définitions d'enquête requises et propose le résultat de réponse probable. Pour ce qui est de l'autorisation de la réponse dans les entreprises, le MMIREE réitère la possibilité de vérification interne que Sudman et coll. (2000) et Willimack et Nichols (2001) proposent pour l'étape de la diffusion. On obtient généralement une autorisation lorsque la réponse à l'enquête fait intervenir des unités juridiquement distinctes et des organisations plus formalisées et centralisées.

#### 4.3 Observations au niveau individuel

Au niveau individuel, c'est-à-dire au niveau de la compréhension, de la recherche, du jugement et de la réponse

(Tourangeau 1984), le MMIREE pousse davantage la notion de connaissance pertinente des processus cognitifs. Willimack et Nichols (2001) mettent l'accent sur la connaissance des réponses par les personnes, directement à partir de leur mémoire, et la connaissance des dossiers. Le MMIREE laisse supposer qu'une connaissance approfondie des données des dossiers de l'entreprise et que leur utilisation appropriée pour la réponse à l'enquête nécessitent la connaissance de l'ensemble de la chaîne de production de données, de la connaissance de la réalité de l'entreprise à la connaissance de la constitution des dossiers et à la connaissance des dossiers de l'entreprise.

Pour ce qui est des processus de compréhension, Edwards et Cantor (1991) ont reconnu l'utilisation problématique de jargon, et Sudman et coll. (2000) ont souligné l'écart problématique qui existe entre les concepts économiques requis et les normes comptables. Le MMIREE va encore plus loin et explique que les erreurs peuvent être le résultat d'un problème plus large d'incompréhension des concepts économiques et comptables ou de leur confusion avec d'autres concepts.

Le MMIREE fait état de plusieurs principes qui aident à la compréhension des processus de jugement sous-jacent des enquêtes auprès des entreprises, qui sont conformes aux exemples à l'appui des principes de continuité et de cohérence de Sudman et coll. (2000) et de Willimack, Nichols et Sudman (2002), respectivement. Ces principes peuvent aussi rendre compte du caractère satisfaisant des données (Simon 1957) ou de l'inertie. L'utilisation de principes inappropriés, et plus particulièrement le principe de continuité, est principalement renforcée par l'absence de rétroaction d'enquête.

Dans les processus cognitifs de réponse, le MMIREE expose le problème de l'appariement dans les enquêtes auprès des entreprises, ajoutant des éléments à l'erreur d'arrondissement dont il est question dans Sudman et coll. (2000). Il intègre en outre différents aspects de la sensibilité des entreprises dont Edwards et Cantor (1991) ont discuté, dans le cadre de l'étape de communication, de même que Sudman et coll. (2000), dans le cadre de l'étape de diffusion. Le modèle les traite au niveau individuel, là où le contrôle est assuré si les données sont de nature délicate.

#### 4.4 Observations au niveau de l'enquête

Les modèles précédents se sont concentrés sur une seule occurrence du processus de réponse dans une enquête particulière auprès des entreprises, tandis que le MMIREE englobe plusieurs occurrences et plusieurs enquêtes. Parmi les nombreux aspects au niveau de l'enquête, l'étude analyse systématiquement les répercussions de la récurrence et du contact avec le personnel de l'enquête sur le processus de réponse, ce qui constitue une élaboration plus poussée des cas particuliers déjà mentionnés dans des modèles précédents dans le contexte de la recherche, comme la répétition de la consultation (Edwards et Cantor 1991) ou la documentation de la recherche antérieure à l'appui des réponses

(Sudman et coll. 2000). En outre, le MMIREE permet la présence d'un effet contagieux de transmission de l'expérience d'une enquête auprès des entreprises à d'autres enquêtes auprès des entreprises.

## 5. Conclusion

Les organismes d'enquête doivent généralement réserver une somme considérable de ressources pour le traitement des données, les processus de réponse aux questions de l'enquête dans les entreprises n'étant pas satisfaisants. Le MMIREE fournit d'autres preuves de la façon dont les processus sont menés et de ce qui les influence. Il donne un aperçu de la perspective des entreprises, qui est utile pour trouver des solutions efficaces en vue d'améliorer les processus et, par conséquent, de réduire ou d'éliminer les erreurs de mesure. Le modèle peut aussi servir de cadre pour la documentation et la systématisation des connaissances existantes et futures des causes des erreurs de mesure dans les enquêtes auprès des entreprises. Il peut être utilisé comme une étape préliminaire des études empiriques des erreurs de mesure et pour une explication uniforme des résultats empiriques. Les recherches à venir devraient inclure l'application de méthodes de recherche qualitative à l'étude des aspects particuliers du processus de réponse, d'autres participants de l'entreprise, mis à part les répondants, et d'autres types d'enquêtes auprès des entreprises. Elles devraient aussi aborder la modélisation quantitative du processus de réponse et vérifier l'efficacité des améliorations suggérées, au moyen d'expériences. Enfin, elles devraient examiner les interactions avec d'autres types d'erreurs non dues à l'échantillonnage.

## Remerciements

Le présent article est le résultat d'une recherche au niveau du doctorat. L'auteur remercie le Bureau de la statistique de la République de Slovénie pour sa collaboration, ainsi que Lea Bregar (Université de Ljubljana), Lars Lyberg (Bureau de la statistique de la Suède, Université de Stockholm) et Jaak Billiet (Université catholique de Louvain) pour leur aide et leur soutien. Je souhaite aussi remercier le rédacteur associé et les examinateurs anonymes pour leurs commentaires utiles concernant une version antérieure du présent article.

## Bibliographie

- Avison, D., et Elliot, S. (2006). Scoping the discipline of information systems. *Information Systems: The State of the Field*, (Éds., J.L. King et K. Lyytinen). Hoboken : John Wiley & Sons, Inc., 3-18.
- Bavdaž, M. (2009). Conducting research on the response process in business surveys. *Statistical Journal of the IAOS*, 26, 1-14.
- Beatty, P., et Herrmann, D. (2002). To answer or not to answer: Decisions processes related to survey item nonresponse. *Survey Nonresponse*, (Éds., R.M. Groves, D.A. Dillman, J.L. Eltinge et R.J.A. Little). New York : John Wiley & Sons, Inc., 71-85.
- Biemer, P.P., et Fecso, R.S. (1995). Evaluating and controlling measurement error in business surveys. *Business Survey Methods*, (Éds., B.G. Cox et coll.). New York : Wiley-Interscience, 257-281.
- Edwards, W.S., et Cantor, D. (1991). Toward a response model in establishment surveys. *Measurement Errors in Surveys*, (Éds., P.P. Biemer, R.M. Groves, L.E. Lyberg, N.A. Mathiowetz et S. Sudman). New York : Wiley-Interscience, 211-233.
- Giesen, D., et Hak, T. (2005). The response process model in business surveys: Lessons learned by using a multi-method approach. *FCSM Conference Papers*, Federal Committee on Statistical Methodology.
- Greenia, N., Lane, J. et Willimack, D. (2001). Perceptions of confidentiality protection at statistical agencies: Some evidence from data on businesses and households. *Statistical Journal of the United Nations ECE*, 18, 309-314.
- Groves, R.M., Fowler, F.J., JR., Couper, M.P., Lepkowski, J.M., Singer, E. et Tourangeau, R. (2004). *Survey Methodology*. Hoboken : Wiley-Interscience.
- Hak, T., Willimack, D.K. et Anderson, A.E. (2003). Response process and burden in establishment surveys. *Proceedings of the Section on Government Statistics*, American Statistical Association, 1724-1730.
- Hedlin, D., Dale, T., Haraldsen, G. et Jones, J. (2005). *Developing Methods for Assessing Perceived Response Burden*. Eurostat.
- Jenkins, C.R., et Dillman, D.A. (1997). Towards a theory of self-administered questionnaire design. *Survey Measurement and Process Quality*, (Éds., L.E. Lyberg et coll.). New York : Wiley-Interscience, 165-196.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks : Sage Publications.
- Lorenc, B. (2006). Two topics in survey methodology: Modelling the response process in establishment surveys; inference from nonprobability samples using the double samples setup. Thèse de doctorat, Department of Statistics, Stockholm University.
- Lorenc, B. (2007). Using the theory of socially distributed cognition to study the establishment survey response process. *Proceedings of the Third International Conference on Establishment Surveys, Montreal, Canada*, American Statistical Association, 881-891.
- Morrison, R.L., Stettler, K. et Anderson, A.E. (2002). Using vignettes in cognitive research on establishment surveys. *International Conference on Questionnaire Development, Evaluation and Testing Methods, Charleston*, American Statistical Association.
- Nichols, E.M., Murphy, E.D., Anderson, A.E., Willimack, D.K. et Sigman, R.S. (2005). Designing interactive edits for U.S. Electronic Economic Surveys and Censuses: Issues and guidelines. *Research Report Series (Survey Methodology 2005-03)*, U.S. Census Bureau.
- O'Brien, E.M. (2000). Respondent role as a factor in establishment survey response. *Proceedings of the Second International Conference on Establishment Surveys*, American Statistical Association, 1462-1467.

- Phipps, P.A., Butani, S.J. et Chun, Y.I. (1995). Research on establishment-survey questionnaire design. *Journal of Business & Economic Statistics*, 13, 337-346.
- Ponikowski, C.H., et Meily, S.A. (1989). Controlling response error in an establishment survey. *Proceedings of the Surveys Research Methods Section*, American Statistical Association, 258-263.
- Ramirez, C. (1996). Respondent selection in mail surveys of establishments: Personalization and organizational roles. *Proceedings of the Survey Research Methods Section*, American Statistical Association, 974-979.
- Simon, H. (1957). *Models of man: Social and rational*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Snijkers, G., Onat, E. et Visschers, R. (2007). The annual structural business survey: Developing and testing an electronic form. *Proceedings of the Third International Conference on Establishment Surveys, Montreal, Canada*, American Statistical Association, 317-326.
- Sudman, S., Willimack, D.K., Nichols, E. et Mesenbourg, T.L. (2000). Exploratory research at the U.S. Census Bureau on the survey response process in large companies. *Proceedings of the Second International Conference on Establishment Surveys*, American Statistical Association, 327-337.
- Tomaskovic-Devey, D., Leiter, J. et Thompson, S. (1994). Organizational survey nonresponse. *Administrative Science Quarterly*, 39, 439-457.
- Tourangeau, R. (1984). Cognitive science and survey methods. *Cognitive Aspects of Survey Methodology: Building a Bridge between Disciplines*, (Éds., T.B. Jabine, M.L. Straf, J.M. Tanur et R. Tourangeau). Washington, D.C. : National Academy Press, 73-100.
- Tourangeau, R., Rips, L.J. et Rasinski, K.A. (2000). *The Psychology of Survey Response*. Cambridge, England : Cambridge University Press.
- Willimack, D.K. (2003). Business respondents' perspectives on alternative employment arrangements and implications for employment statistics. *Proceedings of the Section on Government Statistics*, American Statistical Association, 4559-4570.
- Willimack, D.K. (2007). Considering the establishment survey response process in the context of the administrative sciences. *Proceedings of the Third International Conference on Establishment Surveys, Montreal, Canada*, American Statistical Association, 892-903.
- Willimack, D.K., Lyberg, L.E., Martin, J., Japac, L. et Whitridge, P. (2004). Evolution and adaptation of questionnaire development, evaluation, and testing methods for establishment surveys. *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, (Éds., S. Presser et coll.). Hoboken : Wiley-Interscience, 385-407.
- Willimack, D.K., et Nichols, E. (2001). Building an alternative response process model for business surveys. *Proceedings of the Survey Research Methods Section*, American Statistical Association.
- Willimack, D.K., Nichols, E. et Sudman, S. (2002). Understanding unit and item nonresponse in business surveys. *Survey Nonresponse*, (Éds., R.M. Groves, D.A. Dillman, J.L. Eltinge et R.J.A. Little). New York : John Wiley & Sons, Inc., 213-227.
- Yin, R.K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks : Sage Publications.