

2010

Revue de thèse: Sélection des systèmes d'information: le cas des outils d'e-achats (Par O. Nazlioglu-Naillat)

Bernard Fallery

Université Montpellier 2 - Montpellier Recherche Management, bernard.fallery@um2.fr

Follow this and additional works at: <http://aisel.aisnet.org/sim>

Recommended Citation

Fallery, Bernard (2010) "Revue de thèse: Sélection des systèmes d'information: le cas des outils d'e-achats (Par O. Nazlioglu-Naillat)," *Systèmes d'Information et Management*: Vol. 15 : Iss. 4 , Article 6.
Available at: <http://aisel.aisnet.org/sim/vol15/iss4/6>

This material is brought to you by the Journals at AIS Electronic Library (AISeL). It has been accepted for inclusion in Systèmes d'Information et Management by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISeL). For more information, please contact elibrary@aisnet.org.

REVUE DE THÈSES

Ozge NAZLIOGLU-NAILLAT

Sélection des systèmes d'information : le cas des outils d'e-Achats

Thèse soutenue le 30 novembre 2010, à l'Université de Grenoble, sous la direction de Jean MOSCAROLA

Succédant à la génération des systèmes EDI, les outils d'e-Achats basés sur le Web (e-sourcing et e-procurement) ont considérablement changé les données du problème : l'objet de la recherche est alors d'étudier en détail la phase de sélection des outils d'e-Achat, afin de favoriser le succès de ces projets. Trois grandes questions de recherche sont alors posées : sur les critères de sélection des décideurs, sur les facteurs internes et externes qui influencent cette sélection, enfin sur les critères qui déterminent la réalisation des avantages attendus.

La thèse est organisée de façon classique en trois parties : les deux premières parties présentent successivement les fondements théoriques du travail et la démarche méthodologique, la troisième partie présente l'analyse des résultats du questionnaire destiné à la fois aux entreprises déjà utilisatrices d'outils e-Achat et aux entreprises qui souhaitent (ou ne souhaitent pas) s'équiper.

Le premier chapitre est consacré au cadre général de la démarche d'acquisition d'un logiciel. L'importance de la qualité du système est justifiée notamment par le modèle de DeLone et McLean, et

l'importance des attentes des décideurs est justifiée par deux autres fondements théoriques : la théorie de la dissonance cognitive de Festinger et le modèle de non-confirmation des attentes d'Oliver, enrichi en 2007 par Nevo et Chan.

Le deuxième chapitre étudie cette étape spécifique du processus de décision qui est au cœur de la thèse : celle de la sélection des outils d'e-Achats. Une abondante littérature, à la fois académique et professionnelle, justifie deux grandes questions: sur l'influence des éditeurs dans les critères de sélection avant l'achat, et sur les déterminants de la satisfaction des décideurs après l'achat.

Dans la deuxième partie, d'ordre méthodologique, le questionnaire utilisé comme instrument de mesure est détaillé. Le chapitre 3 décrit une étude exploratoire sur le contenu de 32 sites Web des éditeurs, étude qui a permis de compléter la revue de littérature et de présenter le modèle final de recherche : avant achat de l'outil ce sont les critères de qualité (de l'outil, des services, de l'éditeur) qui expliquent les tactiques d'influence des éditeurs, après achat de l'outil ce sont les critères de qualité, de coût et les avantages attendus qui déterminent la réalisation des avantages puis la satisfaction des décideurs.

Dans le chapitre 4 la construction du questionnaire est alors détaillée de façon précise, avec notamment un intéressant test des échelles de mesure par la technique du « tri de cartes » effectué par un jury de 16 personnes. On peut apprécier dans ce chapitre une opérationnalisation très claire des 16 variables du modèle de recherche : certaines échelles sont adaptées de la littérature, d'autres sont développées et testées par un questionnaire pilote avec 34 réponses, d'autres enfin sont justifiées par l'étude préliminaire.

Dans la troisième partie, trois chapitres permettent de présenter les résultats. Le chapitre 5 présente les statistiques descriptives sur l'échantillon de 217 répondants, on constate notamment que le coût de l'outil n'est pas un avantage attendu important, alors qu'il devient un critère important dans la satisfaction après l'achat. Le chapitre 6 présente un beau travail d'évaluation des échelles de mesure.

Dans le chapitre 7 la validation du modèle général est proposée par deux modèles d'équations structurelles avec PLS :

un modèle 1 concerne le rôle des tactiques des éditeurs sur les critères de sélection (avec 5 propositions principales), un modèle 2 concerne le rôle de ces critères sur la réalisation des avantages (avec 6 propositions principales). Les modèles d'équations structurelles avec PLS sont présentés d'une façon remarquable.

On conclura ici en soulignant la grande rigueur méthodologique de ce travail et les implications intéressantes pour comprendre l'évolution future de ce marché des outils d'e-Achats.

par Bernard FALLERY