

aussi parfois le résultat de circonstances historiques (par exemple, est-ce que l'extension à l'étranger des activités de la société mère s'est faite par l'acquisition d'entreprises existantes ou, au contraire, par l'implantation d'entreprises nouvelles; également, est-ce que l'organisation dans son ensemble en est arrivée ou a passé le point où ses opérations internationales sont devenues plus considérables que ses activités dans le pays d'origine de la société mère, etc.). Il est probable, de toute façon, qu'à mesure que les firmes réévaluent leur stratégie, elles se dirigent vers une organisation qui apparaît plus logique de leur point de vue et comportant une allocation internationale de la production, de la recherche, du "planning". Les structures possibles sont alors si variées que, selon certains spécialistes de l'organisation, on ne devrait pas normalement trouver deux firmes avec exactement la même structure d'organisation.

Une firme qui n'en est qu'à ses premières expériences de vente à l'étranger choisira probablement l'exportation. Lorsque ses marchés étrangers prendront de l'importance elle choisira vraisemblablement de les approvisionner par l'intermédiaire d'une "division internationale". Si les ventes à l'étranger croissent au point de devenir une proportion élevée des ventes totales de l'entreprise, une nouvelle organisation visera à réaliser le mieux possible l'intégration des marchés étrangers aux activités de la société mère.

Celle-ci a choisi une organisation qui lui paraissait répondre à ses propres besoins. Selon l'ampleur de la gamme des produits fabriqués et la complexité des produits, elle a le choix entre plusieurs types. Par exemple, une firme qui aurait choisi une organisation "par produit" cherchera peut-être à organiser ses activités internationales de la même façon. En revanche, si l'organisation de la société mère est du type "géographique", elle pourra