



Matière : **Organisation des entreprises**

Prof.BERTAT FatimaZahra

Chapitre introductif

- *La notion d'agent économique :*

Un agent économique désigne un individu (ou groupement d'individus) qui se livre à des activités économiques, c'est à dire, qui s'organise pour lutter contre la rareté et pour assurer au mieux la satisfaction de ses besoins.

Les agents économiques

- *1 – Les entreprises*
- *2 – Les ménages*
- *3 – Les administrations*
- *4 – Les institutions financières*
- *5 – Le reste du monde*

1 – Les entreprises

- Sont des unités dont l'activité réside dans la production de biens ou de services destinés à être revendus à d'autres acteurs de la vie économique, la globalité du travail économique ainsi que son impact social est entièrement le fait de l'entreprise, celle-ci est la principale créatrice de richesses et d'emplois.

2 – Les ménages

- Les ménages ont dans la vie économique, la finalité principale de consommer des biens ou des services. Cependant, ils ont une fonction plus large : ils fournissent des facteurs de production aux autres agents (travail et capital), ils utilisent les revenus que leur procurent ces facteurs pour la consommation.

3 – Les administrations

- *Les administrations publiques* : L'État, les collectivités locales, communes rurales et urbaines,... sont financés par les impôts et taxes.
- *Les administrations privées* : syndicats et associations privées, sont financés par les cotisations de leurs membres, cotisations de L'État et par des dons .

4 – Les institutions financières

- La création de monnaie en accordant des crédits.
- La mise en relation, des gens qui détiennent de la monnaie (les épargnants) et ceux qui dans le cadre de leur activité en ont besoin (les investisseurs).
- La gestion des dépôts des particuliers et des entreprises.

5 – Le reste du monde

- Les échanges entre l'économie nationale et internationale :

- ✓ Des relations commerciales ;
- ✓ Des relations financières ;

**Comment représenter les
relations entre les agents
économiques ?**

Le circuit économique

Chapitre 1

- Définitions et classifications des entreprises

Evolution de la notion d'entreprise

- *L'entreprise « boîte noire »*
- *L'entreprise est une organisation*
- *L'entreprise est un système ouvert et finalisé .*
- *Un centre de décision*

Objectifs de l'entreprise

l'entreprise joue deux rôles principaux : un rôle économique et un autre sociale

- Les objectifs économiques :

Rentabilité , croissance , la maximisation du profit....

- Les objectifs sociaux :

Travail, emplois, progrès technique, protection de l'environnement...

Critères de classifications des entreprises

- 1. Critères juridiques :

Les entreprises publiques : leur capital est détenu totalement ou en partie par l'Etat ou les collectivités publiques

Les entreprises privées : où on distingue les entreprises individuelles dans lesquelles un seul propriétaire assume tous les risques financiers , ensuite il y a les sociétés où plusieurs associés assument tous les risques .

- 2.Critères dimensionnels :

Le chiffre d'affaire : mesure la part de marché de l'entreprises

La valeur ajoutée : mesure la richesse créée à l'intérieur de l'entreprise

L'effectif : permet d'apprécier l'importance du facteur de production travail.

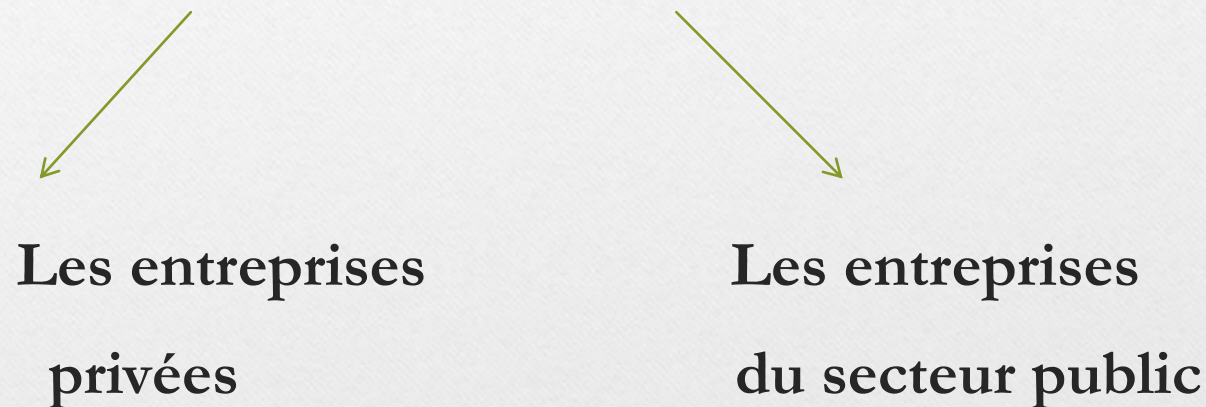
Les capitaux propres : mesurent entre autre l'importance des fonds apportés par les propriétaires.

Le résultat de l'entreprise : traduit la rentabilité de l'entreprise

-
- 3. critère basé sur l'activité économique: selon la nature de leur activité , les entreprises sont aussi classées par **branche** ou par **secteur** .

Les classifications des entreprises

A.la classification juridique:



-
- Les entreprises privées : les entreprises individuelles :
représentent plus de 60% de l'ensemble des entreprises .
Bien que la responsabilité du propriétaire soit totale , les entreprises individuelles présentent l'avantage d'être des structures simples à créer . Cette forme juridique est le plus souvent retenue par des artisans commerçants , exploitants agricoles et les petites entreprises industrielles .
S.A :les sociétés permettent de regrouper les apports de plusieurs associés et c'est la forme juridique des grandes entreprises. LA S.A.R.L : est une structure simple qui permet de limiter la responsabilité financière des associés au montant de leurs apports .

-
- Les entreprises du secteur public : **Les entreprises semi-publiques** : ce sont des entreprises contrôlées par les pouvoirs publics (choix d'investissement, niveau des prix, emploi...) mais où des personnes privées participent au financement ou à la gestion. (comme la Royale Air Maroc par exemple).
 - Les entreprises publiques : L'état détient l'intégralité du capital, et possède le pouvoir absolu de décision et de gestion.

-
- B.La classification dimensionnelle :

- Selon l'effectif :

L'application des critères de mesures de la taille conduit à distinguer les petites entreprises , les PME et les grandes entreprises .

- Selon le chiffre d'affaire et la valeur ajoutée dégagée :

Le code investissements de 1983 considère comme PME toute entreprise dont le C.A ne dépasse pas 7,5 millions de dirhams.

- C. Classification économique selon le secteur d'activité:

Le secteur primaire : regroupe les entreprises liées à l'exploitation du milieu naturel, et aboutissant à la mise à disposition des matières premières (agriculture , pêche , extraction minière).

Le secteur secondaire : rassemble les entreprises qui réalisent la transformation des matières premières en biens de production ou en biens de consommation (industrie , BTP...)


Le secteur tertiaire : inclut les entreprises réalisant la production de services (commerces , banques , assurances , transport...)

Chapitre 2

L'environnement de l'entreprise

Généralités sur l'environnement de l'entreprise

- Un Macro-Environnement : c'est un environnement général de l'entreprise qui intègre les aspects sociologiques , économiques , juridiques , techniques...tant nationaux qu'internationaux .
- Un Micro-Environnement : c'est un environnement spécifique de l'entreprise constitué de ses clients , ses fournisseurs , ses sous-traitants, ses concurrents...



L'environnement est constitué de l'ensemble des forces extérieures à l'entreprise qui agissent et réagissent au profit ou à l'encontre de l'entreprise .



L'ensemble des éléments extérieurs à l'entreprise en relation avec ses activités.

Le macro environnement

- Pour faire face à cet environnement menaçant, l'entreprise doit l'analyser afin d'évaluer les éléments capables de l'influencer et identifier les opportunités et les menaces .

-
- **Les facteurs géographiques et démographiques :**
ces facteurs couvrent des domaines assez vastes. D'une part , il s'agit de l'environnement géographique de l'entreprise qui peut avoir une influence sur la stratégie d'une entreprise, de l'ensemble des infrastructures logistiques , et enfin de la situation démographique globale d'une nation.

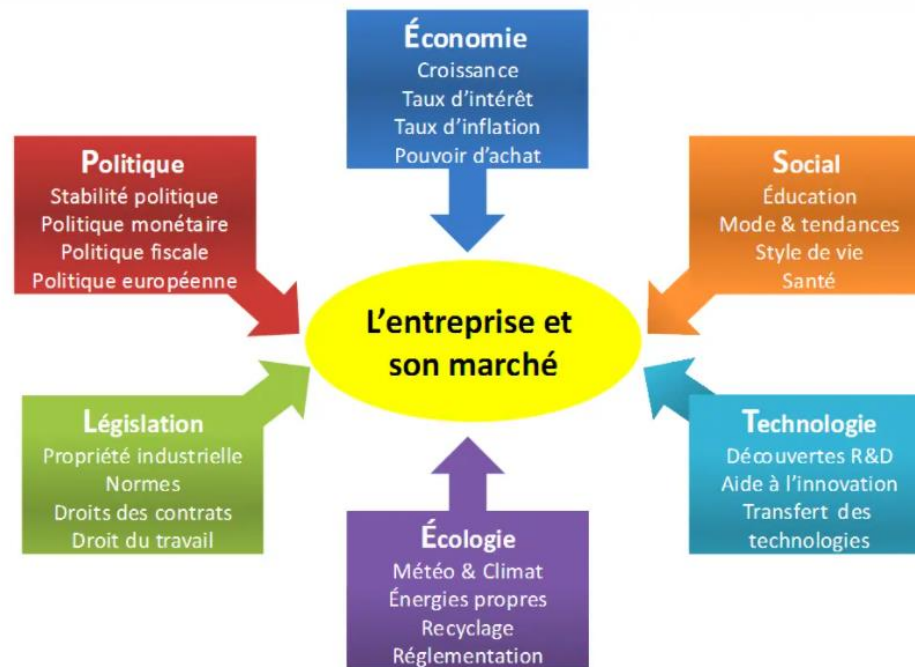
-
- **Les facteurs socioculturels:** les besoins des agents économiques sont souvent déterminés en partie par les modes de vie des individus , les valeurs esthétiques ou les modes de pensée .
 - **Les facteurs juridiques et institutionnels:** ces facteurs constituent un élément essentiel du fonctionnement de l'économie puisqu'ils déterminent les règles du jeu en vigueur sur un marché qui vont encadrer , conditionner l'activité des entreprises .

-
- **Les facteurs technologiques** : dans une situation économique caractérisée par une forte concurrence , les évolutions technologiques se traduisent souvent par la remise en cause des rapports de force entre entreprises d'un même secteur puisque son incorporation rapide dans l'entreprise peut lui procurer un avantage compétitif certain durable ou temporaire .

-
- **Les facteurs sociaux** : cela concerne un aspect interne de l'entreprise puisque l'on entend par là l'analyse de la motivation et de l'implication de personnels de l'entreprise , qui peut infléchir les décisions stratégiques de l'entreprise.
 - **Les facteurs économiques** : il s'agit tout d'abord du système économique dans lequel évolue l'entreprise (système capitaliste ou socialiste) mais il s'agit surtout de l'évolution des principales variations économiques , qui a une incidence sur la politique de l'entreprise .

L'analyse PESTEL

- Opportunités et menaces
- P : Politique
- E : Economique
- S : Sociologique
- T : Technologiques
- E : Ecologique
- L : Légaux (législatif)



Le micro environnement

- **Ses clients** : les clients sont parmi les éléments fondamentaux de l'environnement . Ils imposent à l'entreprise des enjeux de qualité , de produits et de services et donc imposent des normes de sécurité , la recherche de l'innovation , le développement de nouveau produit répondant aux attentes des consommateurs sans nuire à l'environnement .

-
- **Ses fournisseurs et les sous traitants** : liées à des paramètres comme le respect des délais de paiement , de la dette fournisseurs , ainsi de les délais de livraison ..
 - **Ses concurrents** : cet élément est déterminé pour tout entreprise car plus les concurrents sont nombreux plus l concurrence au niveau des prix est importante par exemple

Les cinq forces de Porter

Élaboré en 1979 par Michael Porter, professeur de stratégie à Harvard, les cinq forces représentent les enjeux et les menaces possibles rencontrés par toute entreprise dans un environnement en évolution constante. « C'est un outil de veille stratégique qui caractérise un environnement concurrentiel et non une entreprise en particulier : pour tous les concurrents en présence, l'analyse est la même et les facteurs clés de succès sont identiques. Ce qui diffère, c'est la capacité d'une entreprise à les maîtriser » (source : <https://onopia.com>).



Le degré de rivalité avec la concurrence :

- Le marché est-il très attractif ou pas ?
- Quelle est la croissance du marché ?
- Quelle est l'ampleur du marché ?
- Quelle part de marché peut être atteinte ?
- Combien y-a-t-il de concurrents ?
- Quelle est la taille des entreprises concurrentes ?
- Quel est le degré de différenciation des offres concurrentes ?

Le pouvoir de négociation des fournisseurs :

- Y a-t-il beaucoup de fournisseurs sur le marché ?
- Combien coûte un changement de fournisseur ?
- Ont-ils un savoir-faire unique dont il est impossible de se défaire ?
- Quel est le degré de rareté des produits vendus par les fournisseurs ?

Le pouvoir de négociation des clients

:

- Combien y a-t-il de clients et quel est leur poids respectif ?
- Où sont-ils concentrés ?
- Quelle est l'image de marque des clients ?
- Quelle est la taille des entreprises clientes (s'il s'agit de B2B) ?

La menace des nouveaux entrants :

- Quelles sont les barrières à l'entrée du marché ?
- Quels sont les investissements initiaux nécessaires ?
- Existe-t-il des brevets déjà mis en place ?
- Est-ce un marché qui doit respecter certaines normes ou réglementations ?

La menace des produits de substitution :

- Les clients peuvent-ils changer facilement de distributeurs, fournisseurs et de produits et/ou services ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de ces produits de substitution ?
- Quel est le prix de ces produits de substitution ?
- Comment les produits de substitution impactent le marché en termes de volume ?

Analyse SWOT

- Le **SWOT** (**Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats**) ou **MOFF** pour les Francophones (**Menaces - Opportunités - Forces - Faiblesses,**) est un outil très pratique lors de la **phase de diagnostic stratégique** . Il présente l'avantage de synthétiser les forces et faiblesses d'une entreprise au regard des opportunités et menaces générées par son environnement



Relations entre l'entreprise et son environnement

- L'entreprise peut ignorer les modifications de l'environnement, dans ce cas on sera dans la situation d'absence de stratégie.
- L'entreprise peut contre-attaquer les évolutions défavorables. Une stratégie défensive.
- L'entreprise va anticiper les évolutions pour ne pas se laisser surprendre. Une stratégie offensive.

Chapitre 3

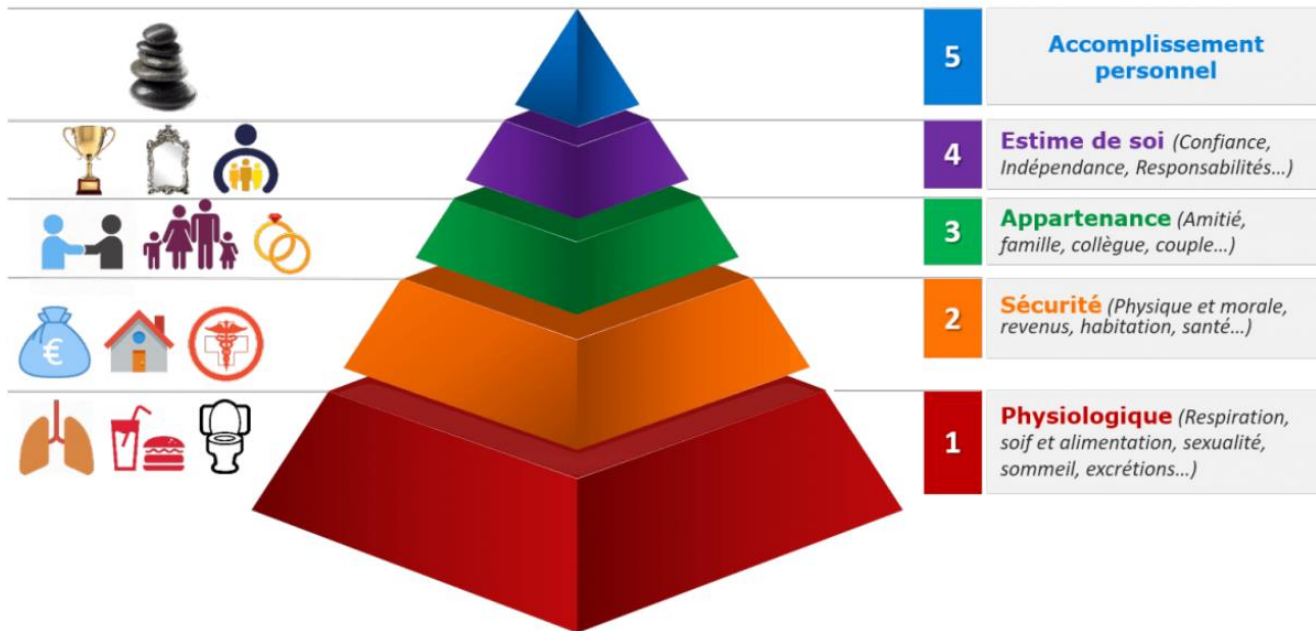
Les différentes activités de l'entreprise

L'activité commerciale

- Cette activité repose sur le marketing qui peut être défini comme l'ensemble des moyens dont disposent les entreprises en vue de créer , de conserver et de développer leur marché .
- On peut donc affirmer que cette activité nécessite :
 - ✓ Connaissance du marché.
 - ✓ Connaissance du consommateur.
 - ✓ La mise en œuvre du marketing mix .

-
- a.connaissance du marché : Il s'agit de connaître la structure du marché , de mener aussi une étude marché, d'étudier la concurrence , les menaces et les consommateurs .
 - Une étude de marché : on prend un échantillon de personnes et en suit l'analyse des informations obtenus et leur explication sous forme de facteurs.
 - b.Connaissance du consommateur : il s'agit d'identifier les besoins des consommateurs

La pyramide de Maslow



Facteurs influençant l'acte d'achat :

- Psychosociologique
- Physiologique
- Rationnelle
- affective, émotionnelle
- Hédoniste
- Oblative
- auto expression

Les freins sont recensés en 4 classes :

- les freins culturels
- sociaux
- physiques
- financiers

-
- c. le marketing mix : ou les 4P :

Product :le produit

Price : le prix

Place: la distribution

Promotion: la communication

Le marketing mix est l'ensemble des moyens dont dispose une entreprise pour concevoir l'offre qui sera présentée sur le marché .

L'activité de production

- La production est au cœur de l'activité de l'entreprise. Afin de mettre à la disposition des clients des biens et services, elle rassemble et met en œuvre des moyens humains et techniques pour fabriquer, installer et distribuer ses produits ou fournir des services.
- Le système de production décrit l'ensemble du processus grâce auquel l'entreprise produit un bien ou un service apte à satisfaire une demande à l'aide de facteurs de production acquis sur le marché.

L'approvisionnement

- Toute entreprise cherche à réduire ses coûts afin d'améliorer sa rentabilité. La fonction approvisionnement doit participer à la diminution d'une part, des coûts d'achat de matières et de produit participant à la fabrication et d'autre part des coûts de stockage.

La fonction de direction

La direction est un organe de l'entreprise constitué par un groupe d'individus distinct c'est l'élément dynamique de la firme et celui qui lui garantit la coordination entre les divers services

La fonction de direction incarne cinq taches :

- prévoir
- organiser
- commander
- coordonner
- contrôler

La gestion des ressources humaines

La GRH est l'une des principales fonctions de l'entreprise :

Elle a d'abord été un ensemble de manière de gérer le personnel (c'est-à-dire suivi des dossiers du personnel, paie, documents légaux, etc.) avant d'étendre son champ d'action à : la gestion des emplois , la gestion des compétences , l'amélioration des conditions de travail

La fonction financière

- consiste à rechercher et à obtenir les capitaux nécessaires à l'entreprise.
- Donner des informations sur la situation financière de l'entreprise
- En résumé, la fonction financière consiste à fournir à l'entreprise les capitaux dont elle a besoin, au moment où elle en a besoin, avec le maximum de sécurité et au coût minimum.