

# DEFINTION

**Entité économique** du fait qu'elle échange des biens et/ou des services sur un marché.

**Organisation sociale** qui associe des hommes, des compétences.

L'entreprise est un **acteur** qui évolue dans un **environnement économique**, politique et social.

## Rôle économique de l'entreprise

Unité de **production** & de **répartition** des richesses.

## Finalités de l'entreprise

**Raison d'être** de l'entreprise : Ce sont des buts plus durables que les objectifs, avec des échéances imprécises.

**Finalité économique** : Bien/Service.

**Finalité humaine/Sociale** : Confort et le bien être des employés.

**Finalité sociétale** : Impact sur l'environnement.

**Le but** : Résultat à atteindre.

**L'objectif** : Définit dans le temps et quantifie le(s) but(s).



## Classification de l'entreprise

**Critère juridique** : Secteur public (Entreprises publiques).

Secteur Privé (Entreprises sociétaires / Entreprises individuelles).

**Critère dimensionnel** :

Effectif du personnel employé

Grande entreprise : > 150 | ME : 50 <salariés<150 | PE : Entre 10<salariés<49

La valeur ajoutée

Chiffre d'affaire : part du marché. | Résultat : revenu.

**Critère sectoriel** : (l'activité économique de l'entreprise) Selon Clarck on a 4 grands secteurs

Le Secteur Primaire (Agriculture, pêche, Extraction minière, Sylviculture).

Le Secteur Secondaire (Industrie, Bâtiment, Travaux publics).

Le Secteur Tertiaire (Commerce et distribution, Finance, tourisme, Logistique).

Le Secteur NTICS (Matériel informatique, Logiciels, Matériels Télécommunications, Visualisation, stockage et transmission de l'information).

# Les fonctions de l'entreprise

## 1. La fonction de Production :

Assure la production de biens et/ou de services en transformant des matières premières en produits vendus aux clients, tout en respectant les contraintes de production suivantes.

**Les contraintes de la production** (Qualité, Coût, Délai, Flexibilité) Produire dans les meilleures conditions de prix, qualité et délais.

**Les facteurs de production** (Capital, Travail)

## Les stratégies de production

- A- **Les économies d'échelles** (Produire en grande série permet de réduire le coût unitaire de production : les coûts fixes (machines, bâtiments) sont identiques, quel que soit le volume de production).
- B- **Les économies d'envergure** (Les deux produits utilisent les mêmes équipements productifs).

## 2. La fonction commerciale : vente et marketing

**Vente** (Cession d'un bien ou d'un service en échange d'argent)

- Marketing** :
- Comprendre les attentes des consommateurs
  - Étudier et prévoir l'évolution de la demande
  - Réaliser l'adaptation continue de la production aux besoins
  - Mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise



Marketing stratégique	Marketing opérationnel
Démarche d'analyse et de réflexion pour réaliser l'adéquation entre l'offre de l'entreprise et la demande présente et future du marché.	Les décisions prises au niveau stratégique.

## 3. La fonction Direction

Prévoir, Organiser, Contrôler, Commander, Coordonner.

## 4. La fonction gestion des RH

Recrutement, Rémunération, GPEC (gestion prévisionnelle des emplois et compétences)

## 5. La fonction Recherche & Développement

- \* Capacité de production & développement.
- \* Productivité via de nouveaux processus.
- \* la qualité ; notamment environnementale ; de ses produits, des nouveaux composants et matériaux.



# Le marché

## Définition

Un marché est un mécanisme de régulation économique favorisant l'adaptation de l'offre à la demande pour une catégorie de biens ou de services

	Marché des biens et services	Marché du travail	Marché des capitaux
Types d'échanges	Des biens et services sont offerts en échange de monnaie.	De la force de travail est offerte contre un salaire monétaire.	Des capitaux matérialisés sous forme de titres (actions, obligations) sont offerts en échange de monnaie.
Origine de l'offre	Les entreprises.	Ceux qui cherchent un emploi.	Ceux qui dégagent une épargne.
Origine de la demande	Les ménages, les autres entreprises et l'État.	Les employeurs.	Ceux dont les ressources financières sont insuffisantes pour faire face à leurs dépenses.

**Demande : relation décroissante (le prix | la quantité demandé)**

La quantité d’un bien que les acheteurs voudraient et sont capables d’acheter à des prix différents dans une période donnée.

**Offre : relation croissante (le prix | la quantité offerte)**

La quantité offerte d’un bien est la quantité que les vendeurs sont prêts à vendre et capables de vendre à des prix différents.

**Les forces du marché : Offre & demande**

Sont les forces qui font tourner une économie de marché. Se réfèrent aux comportements des individus lorsqu’ils interagissent sur les marchés.

**L’entreprise et son environnement**

**Définition** : Ensemble de facteurs, de forces, de situations et d’événements extérieur qui affectent sa performance.

**Micro environnement** : Les clients, les fournisseurs, les sous-traitants et les concurrents.

**Macro environnement** : Les aspects nationaux et internationaux qui encadre son activité.

**Analyse de l’environnement :**

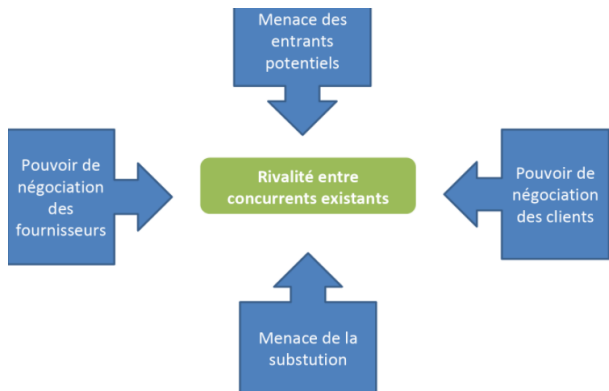
L’analyse du contexte au sein duquel évolue l’entreprise afin de déterminer les principaux facteurs qui influencent ou sont susceptibles d’influencer, positivement ou négativement, son développement et sa croissance.

Opportunité	Menace
Un facteur environnemental favorable qui constitue un levier de croissance et d’amélioration.	Un élément externe susceptible d’avoir un impact négatif sur son développement et sa compétitivité.

**PESTEL**



**PORTER**



**Les facteurs limitant la concurrence**

**Les barrières à l'entrée** les obstacles qui gênent ou empêchent une entreprise nouvelle de pénétrer sur un marché.

**Les barrières à la sortie** ce sont les éléments qui freinent le désengagement d'un secteur.

**La masse critique**

**Seuil technique** : dégager une productivité suffisante.

**Seuil commercial** : faire face à la concurrence.

**Seuil financier** : acquérir une autonomie financière.

**Seuil de puissance** : pouvoir de négociation.

**Les stratégies de l'entreprise**

**Définition**

C'est l'ensemble des choix et des décisions majeurs qui encadrent et orientent le développement d'une entreprise, ceci dans le but de maximiser sa performance et d'assurer sa croissance et sa pérennité.

**Diagnostic stratégique**

Démarche d'analyse visant à repérer les éléments externe et interne qui ont un impact significatif sur la performance et le développement de l'entreprise.

**Stratégies Business ou de positionnement concurrentiel**

Les décisions qui ont pour objet le développement d'un avantage concurrentiel au sein d'un domaine d'activité spécifique (DAS).

**Domination par le coût** Créer un écart de coût significatif par rapport aux concurrents du secteur :

Par **accroissement** des **profits** et des **marges** (Même prix de vente et baisse des coûts).

Par **accroissement** de sa **part de marché** et de son **CA** (baisse des prix % des coûts).

**Différenciation** proposer une offre qui est à la fois différente, spécifique et jugée supérieure par le client.

**Focalisation** proposer une offre destinée à un marché limité (géographiquement, CA, besoin du client).

**Stratégies corporate ou de croissance ou de groupe**

Les stratégies visant à optimiser la gestion et le développement du portefeuille d'activités de l'entreprise et à fixer les axes de croissance pour l'ensemble de l'entreprise. Décisions affectent l'ensemble de l'entreprise (composition, la taille).

**Spécialisation** maintenir l'entreprise dans un seul domaine d'activité.

**Développement marché** le produit reste identique tout en étant vendu à une nouvelle cible.

**Développement produit** développer de nouveaux produits et les vendre à une clientèle existante.

**Diversification** développer des nouveaux DAS.

**Intégration ou Externalisation**

**Intégration** : Extension d'une entreprise vers des activités adjacentes de sa filière : racheter des concurrents, des fournisseurs ou des clients.

**Externalisation** Confier à des prestataires externes des activités qui étaient auparavant réalisées en interne.

**Internationalisation** L'exportation, la présence à l'échelle mondiale et le développement en entreprise globale.