



CONNAISSANCES	CAPACITES
Secteur d'activités, taille, forme juridique, biens et services, CA, bénéfice,	Classer des entreprises selon différents critères d'appréciation.
Organigramme, services, fonctions, hiérarchie,	Se repérer dans une entreprise.
SOCLE COMMUN	
C7	Se familiariser avec l'environnement économique et les entreprises, savoir utiliser quelques notions économiques et budgétaires de base.

I- Typologie économique des entreprises

DÉFINITION : Une **entreprise** est un ensemble de **moyens humains, financiers et techniques** réunis et organisés afin de **produire** des **biens** et/ou des **services** qui sont vendus pour satisfaire les **besoins** des **clients** et dans le but de réaliser des **profits (bénéfices)**.

Les entreprises ne se ressemblent pas. Chacune d'elle a ses caractéristiques propres. Toutefois, les analystes financiers et les économistes ont besoin de les classer. Ils les classent selon 4 critères principaux : **leur production, leur activité, leur dimension et leur structure juridique**. D'autres critères permettent de classer les entreprises, notamment des critères quantitatifs comme le capital ou le chiffre d'affaires.

Noter : **Chiffre d'Affaire (CA)** :
Bénéfice :

1 – Analyse selon leur production : Biens ou Services

Une entreprise peut produire soit des biens, soit des services, soit les deux à la fois.

Un bien est un produit ou objet réalisé. Ce sont des **biens de consommation** comme les produits alimentaires, papier, carburant ... Ou des **produits d'équipement**, tels que voitures, réfrigérateurs, machines ...

Un service est le résultat d'une activité qui ne se traduit pas par un support matériel mais qui a une valeur économique.

Ex. : banque, taxi, locations diverses, etc. Ces services correspondent à un **BESOIN**. Ils constituent une **OFFRE** et cette offre doit répondre à la **DEMANDE**.

2 – Analyse selon leur activité (analyse sectorielle)

2.1 – par nature d'activité :

La classification des entreprises, en fonction de leur secteur d'activité, dépend de la nature de l'activité. La plus connue est celle de l'économiste anglais **Colin Clark** datant de 1947. Un **secteur** permet de classer les entreprises qui ont la **même activité principale** entre elles .

Secteur primaire : Activités liées à l'extraction ou à l'utilisation de la nature (agriculture, pêche, sylviculture, extraction minière...). Le secteur primaire représente 5 % de la valeur ajoutée et 8 % des entreprises en France, c'est un secteur en régression.

Secteur secondaire : Activités de transformation = industrie (on utilise les matières premières et on les transforme). Le secteur secondaire représente 35 % de la valeur ajoutée mais seulement 20 % des entreprises en France, c'est un secteur en régression.

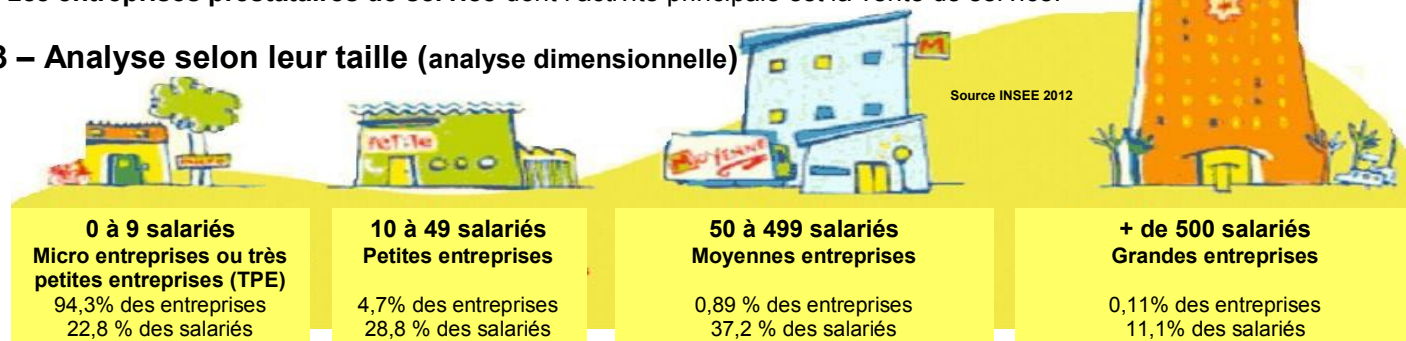
Secteur tertiaire : Tout le reste (services, commerce, éducation, santé...). Il représente 60 % de la valeur ajoutée et 72 % des entreprises en France.

Secteur quaternaire : (qui n'est pas dans la classification originelle) regroupe les NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).

2.2 – Par type d'opérations effectuées :

- Les **entreprises artisanales** effectuent un travail manuel pour le vendre.
- Les **entreprises industrielles** vendent des biens qu'elles ont fabriqués en transformant des **matières premières** en produit finis (ou semi finis).
- Les **entreprises commerciales** achètent des biens qu'elles revendent sans les transformer.
- Les **entreprises prestataires de service** dont l'activité principale est la vente de service.

3 – Analyse selon leur taille (analyse dimensionnelle)



4 – Analyse selon leur forme juridique et leur secteur (analyse juridique).

On distingue deux secteurs : Le secteur **privé** et le secteur **public**

Dans les **entreprises publiques**, le **pouvoir** et le **capital** sont détenus **totalement ou au moins en majorité par l'état**.

Dans les **entreprises privées**, on distingue :



II– Structure des entreprises

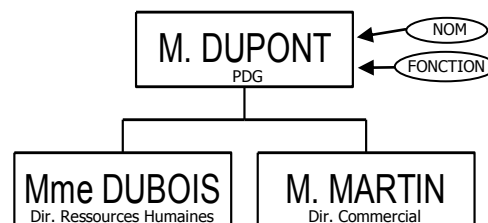
Les entreprises ont des **structures** et des **organisations** différentes selon leur taille, la nature de leur activité et la personnalité des dirigeants. Il y a plusieurs méthodes pour représenter la structure de l'entreprise. Le plus souvent, on représente cette structure dans un **schéma** appelé :

Organigramme: Système de représentation graphique hiérarchisé ayant pour but de mettre en évidence les relations entre les divers éléments qui le compose.

1 - Représentation : Pour réaliser un organigramme, deux symboles sont utilisés : des **rectangles** dans lesquels sont inscrit **la fonction des personnes** concernées (quelques fois les noms) et des **liasons** (non fléchées) pour représenter leurs relations. Sur l'organigramme des moyennes et grandes entreprises ne figurent que les personnes ayant un certain niveau hiérarchique et leurs noms ne sont généralement indiqués que pour les niveaux plus importants.

Un organigramme se lit dans **tous les sens**.

Par exemple : Mr.Dupont est le chef de Mme Dubois et de Mr Martin
Mme Dubois et Mr Martin sont au même niveau hiérarchique
Mme Dubois et Mr Martin sont sous la responsabilité de Mr Dupont



L'organigramme d'une entreprise nous renseigne sur : - 1/ **Les différents services qui la composent.**

- 2/ **Les niveaux hiérarchiques de responsabilité.**

- 3/ **Les noms des responsables (niveaux supérieurs)**

+ **L'effectif total (Nbre d'employés) et le type de structure qui détermine le mode de direction (management).**

2 - Organisation : A partir d'une certaine taille, variable d'une entreprise à l'autre, mais généralement à partir d'une dizaine de salariés, les entreprises sont organisées en **service**. Plus l'entreprise est importante plus sa structure est complexe.

Sous l'autorité de l'équipe de direction, on trouve généralement les services suivants :

Direction des achats (Approvisionnements et gestion des stocks)

Direction des ventes (Ventes en France, ventes à l'international, facturation)

Direction de la production (Études, fabrication)

Direction administrative (Comptabilité, secrétariat, trésorerie, personnel)

Selon la nature de l'entreprise le **service Mercatique** (marketing, commercial) est soit indépendant sous l'autorité du PDG ou rattaché à la Direction Technique, à la Direction des Achats ou à la Direction des Ventes (Direction Commerciale)

Exemple d'organigramme :

