

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

IV^{ème} Partie : L'ENTREPRISE ET SON AVENIR

La pérennité est souvent perçue comme étant l'une des principales finalités de l'entreprise. Cela ne signifie pour autant pas que l'entreprise, à travers l'adoption d'une stratégie, est seulement préoccupée par sa longévité. En effet, pour survivre, l'entreprise a aussi besoin de se développer, c'est-à-dire de croître, d'internationaliser ses activités, etc.

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

CHAPITRE 11 : LA CROISSANCE DE L'ENTREPRISE

Les entreprises modernes sont caractérisées par leur croissance.

I. Définition et mesure

A. Définition

La croissance de l'entreprise est l'augmentation de sa taille, c'est à dire de sa dimension.

B. Mesure

La croissance de l'entreprise est souvent mesurée par des critères quantitatifs variés relatifs à :

- Ses facteurs de production : nombre de salariés et quantité de matières premières utilisées.
- Ses résultats : chiffre d'affaires, bénéfices, etc.
- Et son activité : nombre de produits fabriqués, élargissement du réseau commercial, nouvelles gammes de produits, etc.

L'augmentation de l'un de ses critères permet ainsi de constater une croissance de l'entreprise. L'adoption d'un de ceux-ci dépend de la situation en général, et principalement de la disponibilité des données ainsi que de l'objectif poursuivi.

La croissance permet à l'entreprise d'obtenir un pouvoir de marché plus conséquent et donc d'augmenter son pouvoir de négociation vis-à-vis des fournisseurs ou des clients. Ainsi, de nombreuses entreprises cherchent à augmenter leur taille pour obtenir une « taille ou masse critique ».

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

La masse critique est la taille nécessaire pour être compétitive dans un secteur ou sur un marché donné.

II. Les formes de croissance

La croissance de l'entreprise peut se faire selon deux modalités : la croissance interne et la croissance externe.

A. La Croissance interne

C'est lorsque l'entreprise développe sa capacité par ses propres moyens. Il s'agit du mode de croissance le plus couramment adopté par les PME / PMI.

La croissance interne peut s'effectuer, soit dans les activités actuelles de l'entreprise, soit par diversifications de celles-ci.

La croissance interne présente des avantages et des inconvénients qu'il convient de relever :

- **Avantages** : autonomie dans les décisions de gestion, préservation de la structure initiale, amélioration du climat social par la préservation, voir l'augmentation, du nombre d'emploi, etc.
- **Inconvénients** : accroissement du niveau d'encadrement, marge de manœuvre limitée à la hauteur des investissements, spécialisation souvent marquée des activités, vulnérabilité face aux entreprises constituées en groupes, etc.

B. La croissance externe

C'est lorsqu'une entreprise utilise, pour augmenter sa taille, le rachat, des accords ou des associations avec d'autres entreprises déjà existantes.

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

Ces regroupements s'effectuent souvent entre entreprises d'une même filière, ou celles dont les activités sont complémentaires.

La croissance externe présente aussi des avantages et des inconvénients :

- **Avantages** : utilisation des compétences d'autres firmes performantes, accroissement des activités, etc.
- **Inconvénients** : difficultés d'intégration de nouveaux actionnaires dans l'ensemble créé, licenciements dues aux changements des structures, etc.

La croissance externe aboutit souvent à la concentration.

III. La concentration et le regroupement des entreprises

A. Définition et formes de la concentration

La **concentration** est un processus d'accroissement de la taille des entreprises qui aboutit au cours du temps au contrôle d'une part croissante du marché par une ou plusieurs d'entre elles.

La concentration peut se réaliser par croissance externe, par croissance interne ou bien par diminution du nombre d'entreprises suite à la sortie du marché.

L'on distingue trois principales formes de concentration : la concentration horizontale, la concentration verticale et la concentration conglomerale.

- **La concentration horizontale** : c'est une forme de concentration qui réunit sous le contrôle d'un seul centre de décision, des entreprises fabricant un même produit ou groupe de produits. Elle aboutit souvent à l'élimination des concurrents.

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

- **La concentration verticale** : c'est une forme de concentration qui réunit sous le contrôle d'un même centre de décision, des entreprises intervenant à des stades différents de fabrication d'un produit ou d'un groupe de produits. Elle cherche à baisser les coûts et garantir l'indépendance des entreprises.
- **Concentration conglomérale** : c'est une diversification des productions qui n'ont rien à voir les unes avec les autres (activités hétérogènes). Le conglomérat est ainsi un groupe industriel et / ou financier dont les activités sont très différentes, sans lien apparents entre elles.

La concentration comporte des avantages et des limites.

B. Avantages et limites

Les **avantages** sont surtout économiques :

- Baisse des coûts de production
- Baisse prix de vente résultant de la baisse des coûts
- Politique d'innovation plus importante
- Augmentation des investissements
- Etc.

Les limites s'observent principalement sur le plan social :

- Diminution de la concurrence
- Augmentation du chômage résultant de la restructuration des entreprises
- Développement du travail précaire

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

CHAPITRE 12 : LA GRANDE ENTREPRISE ET LA PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE

La classification des entreprises permet de faire des comparaisons dans le temps et dans l'espace. Aussi distingue-t-on souvent les Petites et Moyennes Entreprises des Grandes Entreprises.

I. La grande entreprise : définition, caractéristiques, atouts et limites

A. Définition et caractéristiques

1. Définition

La grande entreprise est une entreprise dont la taille, définie à partir d'un critère comme le nombre d'employés, le bilan ou le chiffre d'affaires, dépasse une certaines limites. Les définitions de ces limites diffèrent selon les pays.

Au Cameroun, le critère le plus utilisé est le nombre d'employés. Ainsi, est considérée comme étant une grande entreprise, toute entreprise ayant au moins 500 salariés.

2. Caractéristiques

Les grandes entreprises ont généralement les caractéristiques suivantes :

- Importance des ressources humaine : grand nombre d'employés et forte spécialisation.
- Des moyens financiers importants.
- Des dirigeants souvent formés aux techniques de la gestion.
- Etc.

B. Atouts et limites

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

1. Atouts

- Une structure financière solide.
- Faible dépendance des acteurs externes.
- Etc.

2. Limites

- Faible capacité d'adaptation aux évolutions du marché du fait de l'importance des investissements.
- Complexité de la gestion.
- Etc.

II. La PME : définition, caractéristiques, atouts et limites

A. Définition et caractéristiques

1. Définition

La **PME est une entreprise** dont la taille, définie à partir du nombre d'employés, du bilan ou du chiffre d'affaires, ne dépasse pas une certaine limite. Ainsi, au Cameroun, suivant le critère du nombre d'employés, une PME peut compter jusqu'à 499 salariés.

2. Caractéristiques

Une PME est souvent caractérisée par :

- Des ressources humaines limitées : les employés sont généralement moins nombreux et plus polyvalents au niveau des fonctions.
- Une structure financière fragile : manque de fonds propres, un endettement à court terme, et une dépendance par rapport aux intermédiaires financiers.
- Un dirigeant n'ayant pas toujours la faculté de déléguer : de nombreux dirigeants ont des difficultés majeures à organiser la délégation. Ils agissent

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

souvent en homme-orchestre et sont totalement débordées par rapport à l'ampleur des tâches à absorber.

- Etc.

B. Atouts et limites

1. Atouts

- une relation privilégiée entre patron et salariés.
- Une meilleure capacité d'adaptation au marché : la faiblesse des investissements lourds facilite le changement d'activité.
- Les PME occupent souvent des créneaux porteurs.
- Etc.

2. Limites

Les principales caractéristiques des PME constituent leurs principales limites.

- Les limites financières : un capital de départ limité, un recours à l'emprunt difficile.
- Les problèmes humains : manque de formation à la gestion de certains chefs d'entreprise.
- Forte dépendance des paramètres et partenaires extérieurs.
- Etc.

III. Les relations entre la PME et la grande entreprise

Avec le temps, certaines PME évoluent et deviennent des grandes entreprises. Mais l'on observe principalement deux grands types de relations entre ces types d'entreprises : le partenariat et la domination.

A. Relations de partenariat

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

Les PME constituent souvent des partenaires privilégiés pour les grandes entreprises. Ainsi, les PME sous-traitantes apportent leur savoir-faire et une plus grande flexibilité aux grandes entreprises. De même, certaines PME sont spécialisées dans la vente des produits de la grande entreprise. Mais ce faisant, elles lient leur avenir à celle des grandes entreprises.

B. Relations de domination

Les relations entre PME et grandes entreprises sont aussi des relations de domination, cette domination se faisant principalement par les coûts. En effet, les grandes entreprises ont souvent la capacité de produire moins cher. Elles répercutent alors cet avantage dans leur prix de vente et conquiert des parts de marché énormes.

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

CHAPITRE 13 : LES ENTREPRISES MULTINATIONNALES

Avec la mondialisation qui se caractérise par la multiplication des échanges dans le monde, l'on assiste au développement des entreprises multinationales.

I. Définition et caractéristiques

1. Définition

Une entreprise multinationale est une entreprise qui possède au moins une unité de production à l'étranger. Cette unité de production est alors sa filiale.

Une entreprise peut ainsi avoir des représentations commerciales à l'étranger, mais elle n'est multinationale que lorsqu'elle réalise au moins une partie de sa production à l'extérieur du territoire national.

2. Caractéristiques

Outre le fait qu'elles possèdent au moins une unité de production à l'étranger, les entreprises multinationales sont caractérisées par :

- Une structure financière relativement bonne
- Leur taille (la taille est évaluée par les critères quantitatifs comme le nombre d'employés et le chiffre d'affaires)
- Leur organisation (celle-ci tient souvent compte des spécificités locales)
- La standardisation de la production
- Etc.

II. Le processus de multinationalisation

La stratégie mondiale des entreprises est souvent de mettre en parallèle leur développement avec le cycle de vie des produits qu'elles proposent. Le processus de multinationalisation comprend alors les étapes suivantes :

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

- **Développement des exportations** : au préalable, le produit tout juste conçu doit être testé : le marché national est alors le plus indiqué. Mais au stade de maturité, l'entreprise est incitée à vendre le produit sur les marchés étrangers, par exportation directe, indirecte et associée.
- **La mise en place d'un réseau de distribution à l'étranger** : l'exportation directe, indirecte ou associée présente l'inconvénient de ne pas assurer une présence permanente de l'entreprise à l'étranger, alors que la constitution de réseaux de distribution à l'étranger le permet. La constitution de la franchise internationale, la succursale et la filiale de distribution en sont les principaux moyens.
- **La multinationalisation** : l'entreprise multinationale n'apparaît vraiment que lorsque des filiales de production complètent les filiales de distribution. En effet, lorsque le produit atteint un stade de standardisation et se banalise, l'entreprise se doit d'en délocaliser la production dans les pays à bas salaires, pour le réexporter par la suite dans les autres pays.

III. Avantages et risques

A. Pour le pays d'origine

1. Avantages

- L'image de marque internationale des produits dudit pays
- La reconnaissance internationale
- Le rapatriement des bénéfices dans le pays d'origine
- Adaptation aux spécificités du marché international
- Le contournement des barrières protectionnistes
- Etc.

2. Risques

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

- Augmentation du chômage (suite à la délocalisation des entreprises vers l'étranger)
- Fuite des capitaux
- Diminution des recettes fiscales
- Etc.

B. Pour le pays d'accueil

1. Avantages

- La création d'emplois et donc baisse du chômage
- Le transfert de technologies
- L'entrée de devises, c'est-à-dire des monnaies étrangères
- Etc.

2. Inconvénients

- La perte de compétitivité des entreprises locales
- La surexploitation des ressources locales
- Fuite des capitaux du fait du rapatriement des bénéfices
- Etc.

CHAPITRE 14 : L'ENTREPRISE, LA SOCIETE, L'ETHIQUE ET LES AUTRES MUTATIONS

Traditionnellement, l'on définit l'entreprise comme étant **un groupement humain hiérarchisé qui met en œuvre des moyens intellectuels, physiques et financiers pour produire, distribuer les richesses, et réaliser un profit, conformément à des buts définis**. L'entreprise est à cet effet un agent économique. Toutefois, ses activités étant menées dans un cadre social, l'agent économique qu'est l'entreprise est forcément un acteur social et sa survie dépend de sa capacité à s'adapter aux mutations de son environnement. Ainsi, l'apparition du concept de développement durable et son introduction dans le monde de l'entreprise ont conduit à l'émergence des concepts inédits tels que l'« *entreprise citoyenne* », l'« *entreprise éthique* » et l'« *entreprise écologique* ».

I. L'entreprise citoyenne

Une **entreprise citoyenne** est une entreprise qui prend en compte des contraintes liées à l'intérêt général dans son activité quotidienne et son développement. Elle intègre en occurrence des préoccupations relatives à l'écologie, l'emploi, l'éthique, le développement durable, le commerce équitable, etc.

Le terme citoyen revêt dans ce cas un double sens :

- Il implique l'appartenance à une communauté humaine.
- Il inclut également un aspect dynamique et moral : le citoyen qu'est l'entreprise participe activement à la vie de la société et place l'intérêt général au-dessus de son intérêt individuel.

II. L'entreprise éthique

COURS D'ECONOMIE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

Dispensé par :

M. LABI NARMA Hubert

Titulaire d'un DEA-NPTCI en Sciences Economiques / IPPM-Stagiaire

M. MAMENE David Martial

Ingénieur Commercial des télécommunications et TIC / IPPM-Stagiaire

Une **entreprise éthique** est une entreprise qui mène ses activités en conformité avec les jugements moraux, les règles et les normes valables dans le domaine des affaires économiques et commerciales.

L'entreprise éthique a donc une conduite honnête, respectueuse et équitable dans toutes ses relations.

III. L'entreprise écologique

Une **entreprise écologique** est une entreprise qui prend en compte la protection de l'environnement dans l'exercice de ses activités.

L'intégration des préoccupations liées à l'éthique ou à la protection de l'environnement est généralement coûteuse. Mais, elle constitue souvent un avantage concurrentiel énorme et contribue à la pérennité de l'entreprise.