

Economie / Management

mercredi 19 mai 2021 07:32

Ressources :

Moyens qui permettent d'assurer l'activité d'une entreprise.

Types de ressources :

- Ressources tangible (matérielle) :
 - Physique : locaux, véhicules, PC, machines, stock, bâtiments, ...
 - Humaine : salarié, bénévole
 - Financières : capital, subvention, dons
- Ressources intangible (immatérielle) :
 - Technologique : brevet, licences, logiciels, R&D
 - Mercatique : image de marque, notoriété, réputation, relation avec client...
 - Organisationnelles : savoir-faire, qualité, structure dans l'organisation, SI ...

Compétence :

Capacité de l'entreprise à exploiter ses ressources pour atteindre un objectif.

Pour être fondamentale, une compétence doit :

- Être rare et difficilement imitable
- Représenter de la valeur aux yeux des clients
- Être utilisable dans d'autre activité ou permettre d'accéder à de nombreux marchés

Type de compétences :

- Compétence Spécifique : se rapporte à un secteur d'activité de l'entreprise (production, innovation, distribution)
- Compétence Transversales : se rapportent à différents métiers (circulation de l'information, délivrance d'une norme (ISO)...
- Compétences Collectives : somme des compétences individuelles qui génèrent des effets d'expérience. Plus une tâche est exécutée, mieux elle est maîtrisée. -> Avantage concurrentiel

Parties prenantes :

Acteurs en interactions avec l'entreprise et qui ont une influence envers elle.

- Parties prenantes Interne :
 - Salariés : perçoivent salaire, a des responsabilités, de bonne condition de travail, évolution de carrière.
 - Actionnaires ou associés
- Parties prenantes Externes :
 - Etat et collectivités territoriales : entreprise leurs versent impôts et taxes.
 - Banques : Prêtent de l'argent aux entreprises pour favoriser développement. Entreprise rembourse emprunts et payera intérêt dus.
 - Clients : Entreprise leurs propose des produits fiables et sécurisé répondant à leurs besoin au meilleur prix.
 - Fournisseurs : Conserve et développe leur relation avec l'entreprise.
 - Syndicats : Fait reconnaître les droits des salariés.
 - Association : respect de l'environnement, intégration sociale, protection des consommateurs, ...

Stratégies :

- **Stratégies Globales (Igor ANSOFF):**

Statégies	Définition	Avantages	Inconvénients
Spécialisation (un seul DAS)	Se maintenir sur une activité	<ul style="list-style-type: none"> • Image d'expert • Economies • Peut dominer le marchés (position de leader) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dépendante d'une seule activité • Croissance peut intensifier la concurrence • Doit impérativement innover et s'adapter aux évolutions pour ne pas se laisser devancer par la concurrences
Diversification (plusieurs DAS)	S'élargir sur différentes activités	<ul style="list-style-type: none"> • Répartir les risque sur plusieurs activités • Améliore la rentabilité si elle s'oriente vers un domaine porteur • Acquisition de nouvelles compétences pour exploiter de nouveaux métiers/marchés 	<ul style="list-style-type: none"> • Lourds investissements financiers • Acquérir nouvelles compétences technologique • Peut entrainer manque de cohérence et de synergie entre les activité
Intégration	Accomplir ses activités en interne : amont (fournisseurs) ou aval (distributeurs)		
Externalisation	Confier la réalisation d'activités à un prestataire	<ul style="list-style-type: none"> • Réduit les coûts • Bénéficie de compétences d'expert 	<ul style="list-style-type: none"> • Dépendances envers le prestataire

- **Stratégies de domaines (Mickael PORTER) :**

- Dominations par les coûts : proposer des prix plus bas que ceux des concurrents afin d'attirer davantage.
- Différentiation : se démarquer de la concurrences en offrant des produits plus unique
 - Par **épuration** (Par le Bas) : proposant pour un prix réduit, le client de paye pas le superflu = Low Cost (ex : compagnies aériennes..)
 - Par **sophistication** (Par le Haut) : proposer des offre perçue comme supérieurs et unique afin de justifier le prix élevé.
- Focalisation (ou concentration) : se limiter à un segment de marché spécifique pour se protéger de la concurrence (ex : entreprise proposant dépannage de mat informatique uniquement auprès des hôpitaux ; ex : boucherie halal.

Modèle IMC :

- Intelligence : prise de conscience d'un problème (prise de décision, recherche, analyse pour comprendre le problème)
- Modélisation : étude des solutions possibles
- Choix : sélection de la meilleure solution compte tenu des contraintes

Mécanisme de coordination (Henry Mintzberg) :

- Ajustement mutuel : Les salariés se consultent directement sans passer par un supérieur hiérarchique
- Supervision directe : Un supérieur donne des ordres à ses subordonnés
- Standardisation des procédés de travail : des procédures formalisées sont mises en place pour assurer le maximum d'efficacité
- Standardisation des résultats : Grande autonomie sur la prise de décision, mais les résultats à atteindre sont spécifiés précisément et contrôlés.
- Standardisation des qualifications et des savoirs : la formation et les qualifications nécessaires pour effectuer un travail sont précisément déterminées et uniformes
- Standardisation des normes : Les normes dictent le travail et permettent à chacun de travailler à partir d'un ensemble de croyances (culture de l'entreprise commune à tous les salariés)

Structure de l'entreprise :

- Simple : Salarié n'a qu'un seul supérieur, faible spécialisation du travail. Adapté pour les entreprises de petite taille
- Fonctionnelle : Entreprise découpée en fonction, contrôlée et supervisée par la direction générale, salariés à plusieurs supérieurs, adapté aux moyennes entreprises développant une seule activité.
- Divisionnelle : découpée en divisions, contrôlée par la direction générale.
- Matricielle :

Finalité d'une entreprise : vision globale de l'entrepreneur pour son entreprise = raison d'être de l'entreprise, sa mission principale.

- Finalité Financière : réaliser un profit
- Finalité Sociétale (=RSE) :
 - Sociale (salarié) : satisfaire les salariés (salaire, formations, bonne condition de travail)
 - Environnementale : respecter les consommateurs (satisfaire les besoins), les fournisseurs (négociation de prix équitables), écologique (lutte contre la pollution, etc etc)

Peter DRUCKER : finalité de l'entreprise = satisfaction du client

