

VIRGINIE GALLEGO, JULIE MOUTTE ET JULIEN REYSZ

# **Initiation à la gestion des entreprises**

PRESSES UNIVERSITAIRES DE GRENOBLE

# Introduction

Pour Williamson, «une entreprise est une organisation administrée qui assure la production et/ou la distribution de biens et services» (1994). Cette définition n'est pas si éloignée de la perception qu'en a l'individu pour qui l'entreprise représente très souvent le lieu où s'effectuent le travail et la production. Celle-ci ne saurait cependant être réduite à sa fonction de création de biens et de services, ni même à l'espace d'exercice d'une profession. Pour réaliser la production, elle a en effet besoin de réunir un certain nombre de moyens (humains, matériels, immatériels et financiers), c'est-à-dire qu'elle doit combiner divers facteurs de production (capital, travail et matières premières). Pour y parvenir, elle doit s'approvisionner sur différents marchés (le marché financier des capitaux, le marché du travail, le marché des biens d'équipement, etc.).

La recommandation du 6 mai 2003 de la Commission des communautés européennes précise qu'«il y a lieu de considérer comme entreprise toute entité, indépendamment de sa forme juridique, exerçant une activité économique [...]». Cette définition permet de distinguer, parmi les petites et moyennes entreprises (PME), trois catégories : les micro-entreprises, les petites entreprises et les moyennes entreprises. La France a repris cette distinction dans la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie en y ajoutant deux autres catégories : celle des entreprises de taille intermédiaire (ETI) et celle des grandes entreprises. Le décret du 18 décembre 2008 classe les entreprises à partir de la combinaison de deux critères économiques : d'une part, les effectifs et d'autre part, le chiffre d'affaires ou le total du bilan (tableau 1).

**Tableau 1. Les critères économiques  
de classification des entreprises.**

Critères	Catégories d'entreprises				
	Petites et moyennes entreprises (PME)			<i>Entreprises de taille intermédiaire</i>	<i>Grandes entreprises</i>
	<i>Micro- entreprises</i>	<i>Petites entreprises</i>	<i>Moyennes entreprises</i>		
<b>Effectifs</b>	< 10 personnes	< 50 personnes	< 250 personnes	< 5 000 personnes	Aucun seuil (grandes entreprises = entreprises qui ne sont classées ni dans la catégorie des PME ni dans celle des ETI)
	et				
<b>Chiffre d'affaires annuel</b>	< 2 millions €	< 10 millions €	< 50 millions €	< 1 500 millions €	
	ou				
<b>Total du bilan annuel</b>	< 2 millions €	< 10 millions €	< 43 millions €	< 2 000 millions €	

Au-delà de la taille de l'entreprise, mesurée au travers des effectifs et du chiffre d'affaires annuel ou du total du bilan annuel, il est aussi possible de la classer à partir d'autres critères économiques, dont les deux principaux sont le secteur économique, d'un côté, et l'activité principale de l'entreprise, de l'autre.

Parmi les secteurs économiques figurent :

- le secteur primaire, qui renvoie à l'extraction et à l'exploitation des ressources naturelles (ex. : une exploitation agricole) ;
- le secteur secondaire de transformation des matières premières (ex. : une industrie automobile) ;
- le secteur tertiaire des services (ex. : une agence immobilière).

L'activité principale, quant à elle, est appréciée en fonction de :

- la branche d'activité de l'entreprise, c'est-à-dire l'ensemble des unités économiques produisant le même produit (ex : la branche « industries alimentaires »)
- la filière d'activité de l'entreprise, autrement dit l'ensemble des activités complémentaires intervenant aux différentes étapes de la production d'une famille de produits (ex : la filière « bois », la filière « aérospatiale », la filière « nucléaire »).

Bien que l'activité économique soit le facteur déterminant de classification des entreprises, il est également envisageable de classer ces dernières selon leur forme juridique (tableau 2).

**Tableau 2. Les critères juridiques de classification des entreprises.**

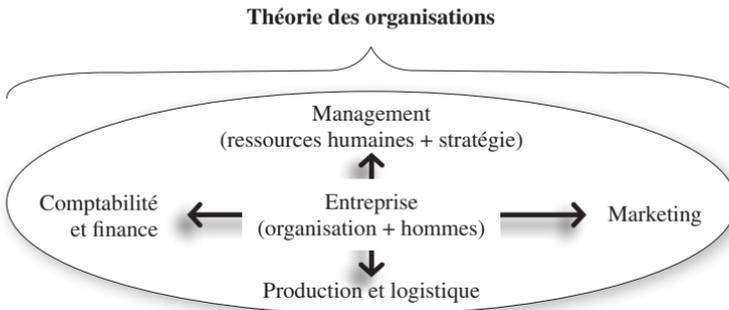
Type d'entreprise	Caractéristique principale	Statuts juridiques	
<b>Entreprises individuelles</b>	Ne disposent pas de la personnalité morale et l'entrepreneur est responsable sur son patrimoine personnel	Entreprises individuelles de droit commun : commerçants, artisans, professions libérales, agriculteurs exploitants	Statuts particuliers d'entreprises individuelles : auto-entrepreneur, entrepreneur individuel à responsabilité limitée (EIRL)
<b>Entreprises sociétaires</b>	Disposent de la personnalité morale (à l'exception des sociétés non immatriculées : sociétés en participation, sociétés créées de fait, sociétés de fait) et répondent en principe des dettes sur leur patrimoine	Risque illimité : société en nom collectif (SNC), société en commandite simple (SCS), société civile, (les associés sont responsables de manière indéfinie)  Risque limité : société à responsabilité limitée (SARL) et entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), société anonyme (SA), société par actions simplifiée (SAS) et société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU), société en commandite par actions (SCA), société européenne (SE) et société européenne unipersonnelle (SEU), société d'exercice libéral (SEL, les associés sont responsables à concurrence de leurs apports)	
<b>Associations</b>	Disposent de la personnalité morale si elles sont déclarées à la préfecture et la personnalité est plus complète si l'association est reconnue d'utilité publique	Associations non déclarées Associations déclarées Associations reconnues d'utilité publique	
<b>Groupements d'Intérêt Économique</b>	Disposent de la personnalité morale et la responsabilité des membres est une responsabilité illimitée et solidaire	Groupement d'Intérêt Économique (GIE) Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE)	

Définie comme une unité économique, juridiquement autonome, organisée pour produire des biens ou des services pour le marché, l'entreprise renvoie à l'idée de production. Produire n'a toutefois

de sens que si elle est vendue car le but ultime de toute entreprise est de réaliser un profit. Or, dans un contexte de crise, de globalisation et de concurrence accrue, les entreprises sont en difficulté et elles ont de plus en plus de mal à demeurer compétitives et rentables. C'est dans un tel contexte qu'il convient de s'intéresser au fonctionnement effectif de l'entreprise, à sa gestion au quotidien.

La gestion est l'ensemble des activités d'organisation de l'entreprise et d'administration de son personnel. Plus précisément, il s'agit des mesures opérationnelles, tactiques et stratégiques mises en œuvre de manière coordonnée entre elles afin d'assurer l'adaptation permanente de l'entreprise à la réalité socio-économique et technologique dans laquelle elle évolue. Le rôle de la gestion est de réaliser cette coordination en articulant les quatre grandes dimensions constitutives de l'entreprise que sont le management stratégique et des ressources humaines, le marketing, la production et la logistique ainsi que la comptabilité et l'analyse financière ; celles-ci ne peuvent être comprises que replacées dans le cadre plus général de la théorie des organisations (figure 1).

**Figure 1. L'entreprise et ses dimensions.**



Au-delà de sa fonction première de production, l'entreprise doit donc être vue comme une entité complexe, créée et animée par des hommes, ouverte sur son environnement et en interaction permanente avec lui. Elle est constamment en relation avec un nombre important de partenaires (clients et fournisseurs, notamment) avec lesquels elle échange des biens, des services ou encore des informations. C'est une organisation

qui repose fondamentalement sur un collectif humain. Nous avons souhaité partir du constat que l'homme est au cœur de toute organisation collective pour décrire la réalité de la gestion d'entreprise.

Le chapitre 1 dresse un portrait des principales théories de l'organisation en insistant sur les apports de l'école des relations humaines par rapport à l'école classique. Le chapitre 2 expose les grands principes du management en montrant que le management stratégique constitue une priorité pour l'entreprise et que, dans le même temps, la gestion des ressources humaines devient un incontournable de la stratégie. Le chapitre 3 développe les points essentiels du marketing en indiquant la démarche marketing avant de s'attarder sur le marketing-mix. Le chapitre 4 aborde successivement la question de la gestion de la production puis celle de la logistique. Enfin, le chapitre 5 s'intéresse, en premier lieu, à la comptabilité d'entreprise pour se consacrer, ensuite, à l'analyse financière.