

Université de Kasdi Merbah Ouargla
Faculté des hydrocarbures, des énergies renouvelables
et des sciences de la terre et de l'univers
Département de production d'hydrocarbures



Polycopié pédagogique:

ECONOMIE D'ENTREPRISE

Destiné aux étudiants Troisièmement License spécialité :

- production académique.
- Production professionnelle.
- Et de deuxième année SECSG.

Edité par :

DR . Dadene Abdelghafour

DR .Hafsi Rachid

Année Universitaire: 2020/2021

ECONOMIE D'ENTREPRISE

Sommaire :

Introduction générale:	2
<i>Chapitre I : Entreprise économique: concepts de base</i>	4
Introduction :	5
I : L'Entreprise économique et ses objectifs.	6
II: L'Entreprise économique en tant que système	13
III: le cycle de vie de L'Entreprise	16
IV: L'Entreprise et l'environnement.	22
V: Classification des entreprises économiques	37
VI: Stratégie d'entreprise :	45
<i>Chapitre II: Emplois de l'entreprise économique</i>	68
Introduction:	69
I : Fonctions Financière	70
II: Les Ressources Humaines :	72
III: L'offre.	75
IV: La Production.	90
V: Marketing	97
VI: Recherche et Développement.	108
VII : Gestion de la Qualité.	114
<i>Chapitre III: La nouvelle direction de l'entreprise économique</i>	126
Introduction	127
I : L'économie De La Connaissance	128
II: L'entreprise Virtuelle.	135
III: Responsabilité Sociale.	143
IV: L'entreprise Environnementale.	154
V: L'entreprise et entrepreneuriat	160
Conclusion générale	171
Bibliographie :	173
Liste des tableaux :	180
Liste des figures :	180

Introduction générale:

Entreprise économique constitue une unité de base dans l'activité économique de la société qui contribue dans de nombreux domaines, mais est soumise à de nombreuses pressions (concurrence, accélération technologique, évolution de la demande ... etc.), et à son tour affecte l'environnement (changement de goût, créativité, emploi, investissement... .etc).

Ces conférences ont été divisées en trois chapitres, où le premier chapitre traite de l'entreprise économique: concepts de base sur l'entreprise économique et ses objectifs, l'entreprise économique en tant que système, le cycle de vie de l'entreprise, l'entreprise et l'environnement, la classification des entreprises économiques et la stratégie de l'entreprise.

Le deuxième chapitre traite des fonctions de l'entreprise économique, car elles sont nombreuses et diffèrent d'une entreprise à l'autre. En général, les fonctions les plus importantes peuvent être résumées comme suit: la situation financière, la restauration, la production, les ressources humaines, le marketing, la recherche-développement et la gestion de la qualité.

Nous essayons également, dans le troisième chapitre, de donner une vision contemporaine de l'entreprise économique en essayant de se familiariser avec les sujets les plus importants qui ont été récemment focalisés et qui ont une relation avec l'entreprise et qui sont: économie de la connaissance, avantage concurrentiel, établissement d'enseignement, entreprise hypothétique, responsabilité sociale, entreprise environnementale, culture organisationnelle de l'entreprise, Contrats et société.

*Chapitre un: Entreprise
économique: concepts de
base*

Introduction:

L'Entreprise économique joue un rôle essentiel dans l'activité économique de la société, compte tenu de son rôle stratégique. Et ses différents effets sur elle, et en conséquence nous traitons dans ce cadre les concepts de base qui lui sont associés, car il comprend le chapitre Tout d'abord les points suivants:

I : L'Entreprise économique et ses objectifs.

II: L'Entreprise économique en tant que système.

III: le cycle de vie de L'Entreprise.

IV: L'Entreprise et l'environnement.

V: Classification des entreprises économiques.

VI: Stratégie d'entreprise.

I : L'Entreprise économique et ses objectifs.

Dans ce contexte, nous traitons le concept d'Entreprise économique, puis le différencions des autres termes au fur et à mesure que nous sommes exposés Aux objectifs de la société économique.

1- Définition de l'entreprise économique :

Il est difficile de donner une définition précise d'une entreprise, étant donné que chaque chercheur la connaît du point de vue de ses origines, idéologies ou Son domaine, qu'il soit économique, social, politique.. etc, en plus du développement dont l'entreprise a été témoin Ses différents aspects: formel, organisationnel, juridique et autres, ainsi que la diversité et l'étendue de ses activités (entreprises de services, industrielles, agricoles ... etc.) et on peut retrouver diverses de ces activités dans une seule entreprise, à la fois et au même endroit.

Une entreprise peut être définie comme: «toute unité juridique, qu'il s'agisse d'une personne physique ou d'une personne morale, qui Il dispose d'une autonomie financière dans la prise de décision et produit des biens et des services. »¹

L'entreprise économique est le noyau de base de l'activité économique de la société, et nous pouvons adopter la définition À côté de L'entreprise économique: «C'est toute organisation économique financièrement indépendante dans un cadre juridique et social spécifique Son objectif est d'intégrer des facteurs de production ou / et d'échanger des biens ou / services avec d'autres agents économiques, dans le but d'atteindre Un résultat approprié, et ceci dans des conditions économiques qui diffèrent

¹ Jean Longatte, Jacques Muller, Economie d'entreprise, Dunod, Paris, 2004, p01.

selon l'espace spatial et temporel dans lequel il se trouve Organisation, en fonction de la taille et du type d'activité. »²

Solon Bressy et Konkuyt « l'entreprise est une unité économique autonome disposant de moyens humains et matériels qu'elle combine en vue de produire des biens et services destinés à la vente . »³

2- L'entreprise et autres termes:

Certaines personnes peuvent confondre le terme entreprise avec des termes tels que: société, établissement, organisation et projet, mais il existe une différence entre ces concepts, et une définition de ces termes peut être donnée dans :

- ✓ **Société:** apparaît en droit algérien comme - «un contrat en vertu duquel deux personnes physiques ou Deux entités juridiques ou plus sont tenues de participer à une activité conjointe en fournissant une part de travail, d'argent ou d'espèces, en vue Partage des bénéfices qui peuvent aboutir à la réalisation d'une économie ou à la réalisation d'un objectif économique d'intérêt mutuel Ils supportent les pertes qui en résultent "⁴, par conséquent, la société clarifie la forme juridique de l 'entreprise.
- ✓ **L'établissement:** Bressy définit l'établissement comme «le groupe de personnes permanentes travaillant au même endroit, Ils sont subordonnés à la même organisation, "par conséquent, l 'entreprise peut être constituée d'une seule installation et devenir Les deux termes ont la même signification, mais s'il comprend plusieurs établissements, cela n'est pas permis car l'établissement n'a pas

² Nasser Dadi Adoun, economie d'entreprise, Muhammadiyah Public House, 1998, p11.

³ G.Bressy , C.konkuyt, Economie d'entreprise, Edition Sirey, 5eme édition, 2000, p 15.

⁴ Article 684 du Code civil, loi n ° 86-11 de mai 1988.

dotée d'une personnalité juridique, elle est affiliée à l 'entreprise mère, sauf si elle est connue, et l'établissement est également indépendant Relative car elle reste soumise au propriétaire de l'entreprise (son propriétaire: être une boutique, une lettre ...) et dans le cas d'une entreprise mère, elle lui est liée par des comptes de connexion et ses résultats comptables ne sont pas déterminés de manière indépendante, si l 'entreprise se caractérise par son indépendance financière et juridique, et dans certains cas seulement elle est considérée comme la même chose que Établissements publics considérés comme des établissements parce qu'ils sont soumis à certains organismes et ne jouissent pas d'indépendance Le cas avec les organismes de bienfaisance ou l'origine est qu'ils sont des entreprises parce qu'ils ne sont pas indépendants.⁵

- ✓ **Le projet:** le projet est l 'entreprise dans un cas: l'entreprise est l'entreprise Le projet spécifique expire l'entreprise.
- ✓ **Organisation:** Solon Bruyn L'organisation que vous voulez, Une entreprise économique peut être considérée comme une organisation parce qu'elle rassemble ses éléments constitutifs, de sorte que «l'organisation se forme à partir du moment où les individus l'acceptent, veulent y contribuer ou y apporter une contribution efficace pour atteindre ses objectifs». Les actionnaires en ce sens sont les participants à l'existence et au maintien de l'entreprise (l'organisation) parmi les actionnaires, les propriétaires de l'entreprise, la direction, les employés,... etc.⁶

⁵ Nasser Dadi Adoun, Opcit, p 12.

⁶ Ibid, p13.

3- Les principaux objectifs de l'activité de l'entreprise économique:

Les entreprises économiques cherchent à atteindre plusieurs objectifs qui diffèrent selon les propriétaires des entreprises et leur nature. Son activité, et nous pouvons esquisser les objectifs les plus importants comme suit :

3-1- Les Objectifs Economiques:

l'entreprise économique cherche à atteindre un certain nombre d'objectifs économiques, dont les plus importants sont:

- **Maximisation du profit** : Le bénéfice ici serait normalement interprété comme un bénéfice comptable. Cet objectif découle du fait que les actionnaires sont les propriétaires de l'entreprise et, en tant que tels, les exerciseurs du contrôle ultime et les bénéficiaires de bénéfices. Il est donc soutenu que les actionnaires vont amener les gestionnaires à poursuivre des politiques qui devraient entraîner le plus grand profit possible. Cette analyse est acceptable jusqu'à un certain point, mais la maximisation du profit pourrait facilement être sous-optimale pour les actionnaires. Il est peut-être possible d'augmenter les profits en élargissant l'échelle d'exploitation de l'entreprise. Si l'augmentation résulte simplement de la mobilisation de financements externes supplémentaires, cela pourrait signifier que le bénéfice par action pourrait effectivement diminuer, laissant les actionnaires dans une situation pire.⁷

⁷ Bertrand Belzile, Objectif privilégié de l'entreprise, Industrial Relations, 22 (4), p 470.

- **Maximisation de la rentabilité des capitaux employés** : Cet objectif est probablement une amélioration de la maximisation du profit car il relie le profit à la taille de l'entreprise. Cependant, comme pour la maximisation des profits, il n'est pas tenu compte du risque et de la stabilité à long terme.
- **La survie** : Sans aucun doute, la plupart des entreprises verront la survie comme un objectif nécessaire mais insuffisant à poursuivre. Il est peu probable que les investisseurs soient attirés pour devenir actionnaires d'une entreprise qui n'avait pas d'autre ambition à long terme que simplement survivre. En période de récession économique et d'autres difficultés, de nombreuses entreprises verront la survie comme leur objectif à court terme, mais à plus long terme, elles se rapprocheraient certainement un peu plus de leur objectif.
- **Croissance**: La croissance des profits et / ou des actifs semble un objectif plus réaliste et semble refléter l'attitude des gestionnaires. La croissance implique que les profits à court terme ne se réaliseront pas au prix de la stabilité ou de la survie à long terme. La croissance n'est pas vraiment une déclaration suffisamment précise d'un objectif. C'est parce que la croissance (comme nous l'avons vu) peut être réalisée simplement en levant de nouveaux financements.⁸

⁸ M.KHODJA, Cour de Gestion des entreprises, p3 puplie dans : <https://www.ummtodz/wp-content/uploads/2018>.

3-2- Les Objectifs Sociaux:

- **Assurer un niveau de salaire acceptable:** Les travailleurs de l'entreprise sont parmi les premiers bénéficiaires de ses activités, car ils reçoivent un salaire pour leur travail avec elle, et cette compensation est considérée comme un droit garanti par la loi, la loi et la coutume, mais les niveaux de salaire varient de bas à élevé en fonction de la nature des entreprises et de la nature du système économique et du niveau de vie dans la société. Le mouvement du marché du travail, (l'État détermine le salaire minimum garanti).
- **Amélioration du niveau de vie:** les progrès rapides de la technologie obligent les travailleurs et les membres de la société à répondre aux désirs et aux besoins croissants du fait de l'émergence de nouveaux produits en plus du développement culturel et de l'évolution des goûts.
- **Établir certains modes de consommation:** les entreprises économiques influencent les habitudes de consommation des différentes classes de la société en proposant de nouveaux produits et en influençant leurs goûts par divers moyens de promotion, et c'est ce qui fait que la société acquiert des habitudes de consommation qui ne sont peut-être pas dans son intérêt parfois, mais qui sont dans l'intérêt de l'entreprise.
- **Responsabilité sociale :** la RSE signifie « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales

à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes stakeholders ».⁹

La RSE comporte trois dimensions : envers les salariés de l'entreprise, envers la société civile et envers l'environnement :

- ✓ **Envers les salariés** : Formation pour les employés, amélioration de la compatibilité entre famille et travail, processus de recrutement non discriminatoire, participation au résultat ou actionnariat des salariés, respect d'un standard social minimum sur les lieux de production étrangers, préoccupation pour la santé et la sécurité.
- ✓ **Envers la société civile** : Promotion et soutien d'initiatives de formation, culturelles, environnementales, sociales, en faveur de l'emploi, sportives, marketing éthique.
- ✓ **Envers l'environnement** : Recyclage des déchets, réduction de la consommation énergétique, exploitation d'énergies renouvelables, mesures pour un emploi réduit de ressources naturelles, mesures pour la réduction d'émissions polluantes, respect de normes internationales, bilan écologique.¹⁰

3-3- Les Objectifs Culturels et Sportifs:

- ✓ **Fournir des moyens de divertissement et culturels**: Les entreprises travaillent à fournir des moyens de divertissement et culturels aux travailleurs en particulier et à leurs familles en général, y compris le théâtre, les bibliothèques, Internet, les

⁹ Blandine laperche, Dimtri Uzunidis, Responsabilité sociale et profit Repenser les objectifs de l'entreprise, La Revue des Sciences de Gestion, 2011, p114.

¹⁰ Ulrich Beck, La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité, trad. de l'allemand par L. Bernardi. Paris, Aubier, 2001, p521.

voyages ... etc., dans le but d'influencer le niveau intellectuel de l'employé et son moral afin d'améliorer ses performances et d'atteindre plus de rentabilité pour l'entreprise.

- ✓ **Formation des travailleurs:** Le développement technologique rapide oblige l'entreprise à recycler ses travailleurs aux méthodes modernes de production et autres; Là où l'entreprise travaille à la formation de jeunes travailleurs sur des machines et des moyens en plus de la formation d'anciens (retouches) sur de nouvelles machines.
- ✓ **Attribution de temps pour le sport:** les entreprises privées modernes travaillent pour suivre une méthode de travail qui permet au travailleur de se livrer à une activité sportive à un moment précis de la journée de travail (au Japon après le déjeuner), d'inclure des salles de sport au sein de l'entreprise ou de créer des clubs sportifs, ainsi que d'organiser des festivals sportifs pour maintenir la forme physique du travailleur. Et élever le moral et améliorer ses performances.

3-4- Les Objectifs technologiques:

Avec le développement des entreprises, beaucoup d'entre elles ont travaillé pour fournir un département spécial pour la recherche et le développement afin de développer les moyens, les méthodes de production, la technologie... etc. En participant à des projets de recherche ou avec des financements (bureaux d'études, centres de recherche, ... etc.)

II: L'Entreprise économique en tant que système.

1- Concept du système:

Le terme système a de nombreuses définitions, notamment: «L'ensemble est composé de parties et d'éléments interdépendants et intégrés qui fonctionnent en coordination dans le but d'atteindre des buts et objectifs fondamentaux et communs. Un cadre spécifique et travaillant comme une seule unité pour atteindre les objectifs fixés.

2- Le concept d'entreprise en tant que système:

Ce qui est nouveau dans la théorie des systèmes, c'est qu'elle élimine les méthodes qui l'ont précédée dans le processus d'analyse organisationnelle, Et de manière plus rationnelle et technique, en leur donnant des définitions et des formes plus flexibles, en les adaptant à des situations différentes et différentes, afin de permettre la création de modèles et leur utilisation comme outil ou moyen d'explication dans les analyses spéciales organisées.

Cette théorie s'est distinguée dans ce domaine des théories de la gestion et de l'organisation qui l'ont précédée en prenant en compte le périmètre de l'entreprise comme un élément important de l'analyse, contrairement à ce qui était auparavant considéré comme spécial par l'école classique et quantitative, on retrouve donc Taylor, par exemple, qui considère que le périmètre de l'entreprise est fixe et ne change pas et n'affecte pas son activité, comme pour Les propriétaires de l'école organisationnelle ont un rôle important dans la conduite de l'entreprise, car ils interagissent mutuellement et en permanence Et des changements

ECONOMIE D'ENTREPRISE

continus, et la vie de l'entreprise est déterminée par sa capacité à faire face à ce mouvement et à s'adapter aux situations Toujours nouveau.¹¹

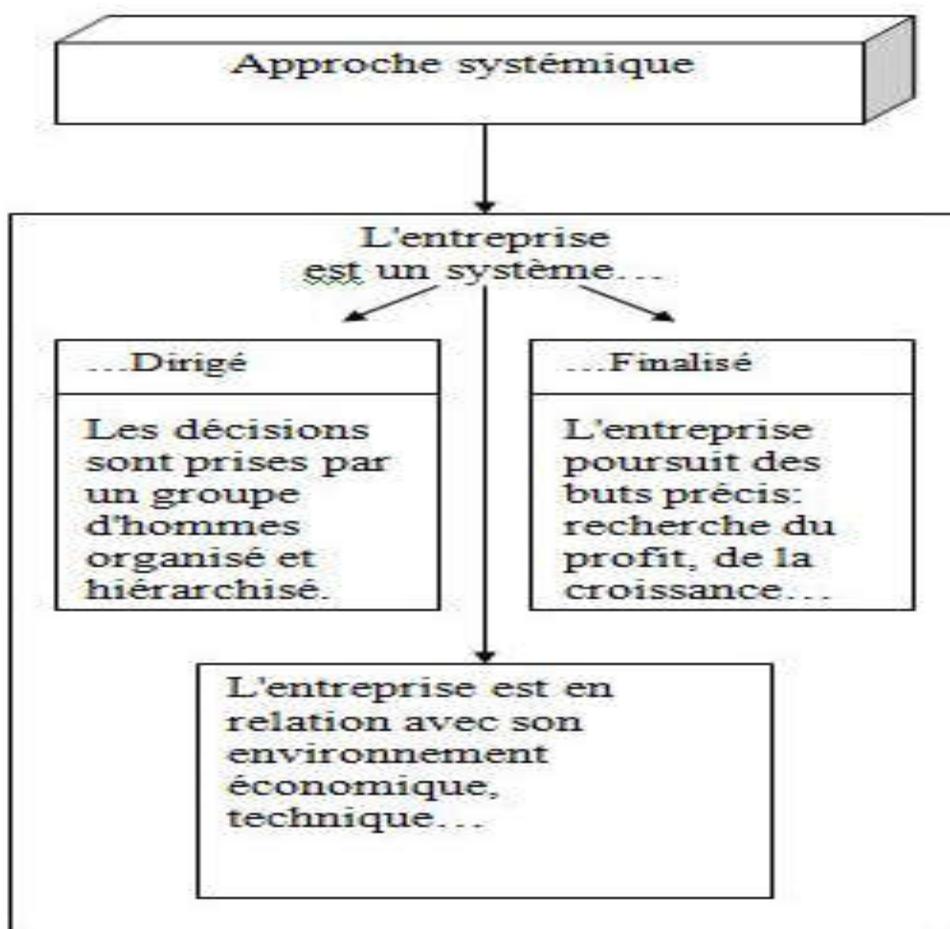
Selon la direction de L. Von BERTALANFFY, l'entreprise en tant qu'organisation est considérée à la fois comme une structure sociale réaliste et comme un marchand économique, et elle a des caractéristiques organisationnelles, et elle peut être décrite comme un système ouvert. Cela signifie que l'entreprise est un système :

- Parce qu'il est composé de sections indépendantes, regroupées selon leur propre structure.
- Parce qu'il a des limites qui lui permettent de le définir et de le séparer de l'environnement externe.
- C'est un système ouvert car il s'adapte consciemment aux changements de l'environnement dus aux décisions prises par ses dirigeants.

Figure n ° (01): l'entreprise comme système ouvert

¹¹ ISUMO EKEMBE, L'entreprise: sa mission, ses objectifs et buts, ses politiques, ses stratégies et ses tactiques, Licence gestion financière, Université de Kinshasa, 2010, p15.

ECONOMIE D'ENTREPRISE



Source: préparé par des chercheurs.

III: le cycle de vie de L'Entreprise

Il existe cinq grandes phases dans la vie d'une entreprise. Ces cycles sont connus et prévisibles. Toutefois, toutes les petites entreprises n'ont pas vocation à devenir un grand groupe international et toutes ne traverseront pas l'ensemble des phases du cycle de vie. Là encore, tout comme un être vivant, chaque entreprise est unique.

les phases du cycle de vie de l'entreprise et leurs caractéristiques principales sont:¹²

1 .L'amorçage - start-up : la société est en phase de création ou vient juste d'être créée, elle ne réalise pas encore de chiffre d'affaires.

2 .La création - early stage & late stage : cette phase dure environ deux ans pendant lesquels la société passe de la création à la post-création. À l'issue de cette étape, l'entreprise réalise du chiffre d'affaires, mais ses résultats peuvent néanmoins être déficitaires.

3 .Le développement / la croissance - growth : l'entreprise est en activité depuis environ trois ans, réalise du chiffre d'affaires et possède un véritable portefeuille de clients. Durant cette phase, elle doit également réaliser du profit.

4 .La maturité / consolidation - maturity : il s'agit de la phase la plus longue, l'entreprise a généralement entre trois et cinq ans d'existence, elle a déjà fait ses preuves. Son chiffre d'affaires est solide et son endettement mesuré. Les difficultés - décline : aussi appelée phase de retournement, cette période critique n'est pas nécessairement traversée par toutes les entreprises. La solution passe généralement par une augmentation de capital pour récupérer de l'argent «frais». Toutefois, cette phase ne doit être qu'un accident. Pour réussir, l'entreprise doit reposer sur des fondamentaux solides.

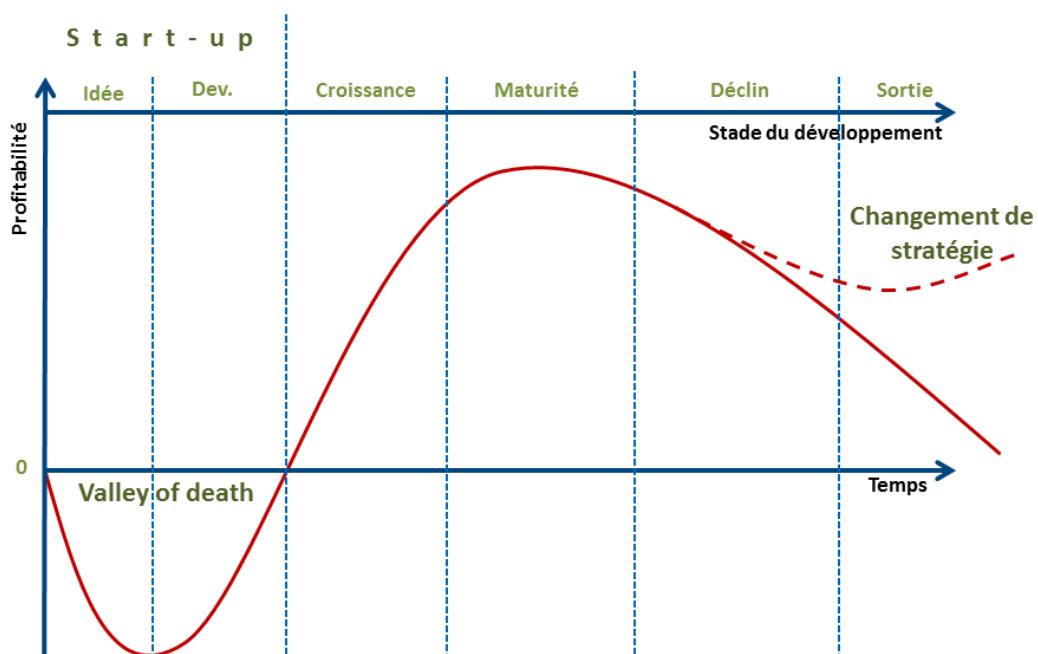
5 .Transmission: À l'issue des cinq phases, l'entreprise arrive généralement à l'étape de la transmission, qui peut se traduire par une

¹² Par Eric Picarle, Le cycle de vie d'une entreprise, 2018, publie dans <https://www.bdo.fr/fr-fr/blogs/entreprise-a-360%C2%B0/janvier-2018/cycle-vie-entreprise>.

entrée en bourse ou une cession, que ce soit à un fonds, au management ou à une autre entreprise.

Figure n ° (02): le cycle de vie de L'Entreprise.

Cycle de vie d'une start-up



Source: PIERRE CONSO, Gestion Financière de l'entreprise, 8^{ème} édition, Paris, 2000, P72.

De nombreux chercheurs s'intéressent aux étapes de la vie de l'entreprise, plusieurs divisions ont abouti a ses étapes de la vie de l'entreprise, dont les plus importantes sont les suivantes:

1- Division de MILLER & KIMBERLY 1980 :

Chacun des chercheurs a divisé les étapes de la vie de l'entreprise en trois étapes sont :

- *L'étape d'émergence*: elle est considérée comme la première étape que traverse l'entreprise et coïncide avec la mise en place de la structure Organisation et choix de spécialisation dans l'activité économique.

- **Étape de transformation:** cette étape est considérée comme l'étape de demi-vie au cours de laquelle un travail est effectué pour améliorer les performances Fondation, et rechercher les ressources nécessaires pour financer ses activités d'investissement.
- **Étape de déclin:** ce stade exprime la stagnation et l'échec qui peuvent s'abattre sur l'entreprise dire que la fin et la liquidation de l'entreprise n'est pas une indication comme son échec, car cela peut être dû à la réalisation des objectifs pour lesquels elle a été créée.¹³

2- Division de FULD & HOUSE 1995:

Ces deux chercheurs ont divisé les étapes de la vie de l'entreprise en cinq étapes:

- **L'étape de la formation:** Cette étape est considérée comme le début de la vie de l'entreprise, dans laquelle sa stratégie est définie et prise Les décisions les plus importantes liées à la spécialisation dans l'activité.
- **L'étape de la Jeunesse:** Cette étape reflète le début de l'application des concepts et des décisions liés à la spécialisation Et développer des politiques orientées vers le travail et l'activité de l'entreprise.
- **Étape de la quarantaine:** cette étape reflète le degré d'expansion et d'orientation bureaucratique de ses opérations Procédures de coordination du travail et de délégation de pouvoir.
- **Étape de maturité:** le travail est effectué à ce stade pour atteindre les objectifs établis, basés sur les équipes Travail utilisé.

¹³ Pierre conso, Gestion Financière de l'entreprise, 8ème édition, Paris, 2000, P72.

- **Étape de l'annihilation**, de la détérioration et de l'annihilation: ce stade exprime le statut à partir duquel l'entreprise a atteint L'incapacité de s'étendre, de croître et d'atteindre la stabilité, ce qui signifie que l'entreprise se détériore progressivement et s'éteint.¹⁴

3-Division de Gup :

Il est considéré comme l'une des divisions les plus courantes, car le GUP divise la vie de l'entreprise en quatre étapes:

- **L'étape d'émergence et de lancement**: qui est l'étape d'entrée sur le marché, et elle est représentée dans les premières années de la mise en place de l'entreprise Cette étape est caractérisée par les caractéristiques suivantes:

- La présence d'un capital suffisant pour créer l'entreprise.
- La présence de liquidité.
- Une augmentation des coûts de production et de recherche scientifique.
- La capacité de supporter les pertes initiales et d'échanger des biens.
- La capacité d'obtenir des sources de financement à long terme.
- Flexibilité pour changer le type de produits et services.

- **L'étape de croissance et d'expansion**: ce stade exprime l'ampleur de la reprise et de l'expansion réalisées par l'entreprise, et surtout les caractéristiques de cette étape comprennent:

- Présence de marques.

¹⁴ Hamza Mahmoud Al-Zubaidi, Financial Analysis, Performance Evaluation and Predicting Failure, Fondation Al-Warraq pour l'édition et la distribution, Amman, 2000, p. 144-14

ECONOMIE D'ENTREPRISE

- Publicité, publicité et promotion.
 - Demande croissante pour les produits de la Société.
 - Les ventes ont augmenté, en atteignant des niveaux élevés.
 - La capacité de contrôler les coûts.
 - Trouvez l'efficacité et récupérez-la.
 - S'employer à obtenir des sources de financement à court terme.
- **L'étape de maturité et de stabilité:** Ce qui distingue ce étape par rapport au reste des étapes sont les suivants:
- Compétitivité et contrôle des prix.
 - Recherche de nouveaux marchés, pour commercialiser leurs produits.
 - Travailler pour développer la production.
 - La bonne réputation acquise par l'entreprise.
- Bonne relation avec les clients.
- La capacité de gérer les écarts et de se rétracter, le cas échéant.
 - Fidélité à la marque commerciale.
- **Étape de déclin:** ce stade exprime l'échec qui menace la stabilité de son activité et se caractérise par Suit:
- Trouvez une réduction du nombre de travailleurs et des coûts.
 - Éliminez certaines activités coûteuses.
- Renonciation à certains actifs inutiles, afin de fournir des liquidités.

- La baisse des niveaux de ventes, par rapport aux étapes précédentes.

-Réclamation des créanciers pour leurs cotisations.¹⁵

IV: L'Entreprise et l'environnement.

En tant qu'entreprise économique, il s'agit d'un système ouvert qui affecte et est affecté par l'environnement, ce dernier doit donc être étudié afin de pouvoir interagir et s'adapter à ses variables.

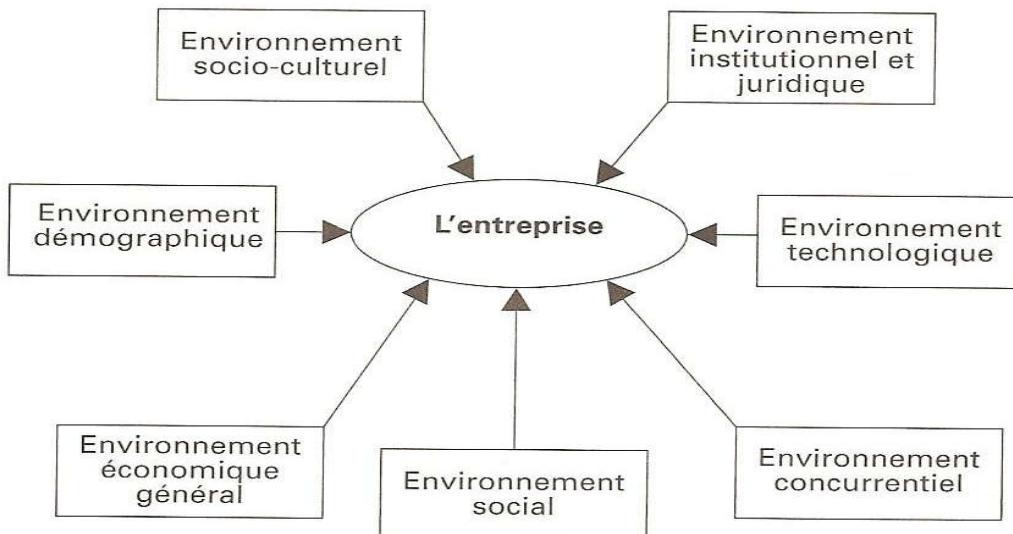
1- Définition de l'environnement:

L'environnement est représenté dans les différents facteurs internes (composants internes de L'entreprise) et externes (politiques, économiques, Culturelle, sociale, technologique, écologique, etc.) qui affectent L'entreprise. Il peut représenter ces systèmes Opportunités et / ou menaces pour L'entreprise, elle lui impose donc un certain comportement et définit des modèles ou des modes de comportement Nécessaire à la survie de L'entreprise et à la réalisation des objectifs de cette dernière en proportion de ses forces et faiblesses; Aussi considéré comme L'environnement une source pour fournir à la Fondation des ressources et un débouché pour ses produits.

Figure n ° (03): les composant L'environnement L'Entreprise

¹⁵ Omar Sakhry, Economie de la Fondation, Bureau de la presse universitaire, Algérie, 2006, p62.

ECONOMIE D'ENTREPRISE



Source: préparé par des chercheurs

2- Raisons d'étudier l'environnement:

Les raisons d'étudier le périmètre de l'environnement L'entreprise par les chercheurs et les parties intéressées sont multiples, parmi lesquelles on retrouve:

- L'Entreprise est liée à de nombreux concessionnaires, agences, entreprises, fournisseurs, etc., et les affecte Et cela les affecte à tous les niveaux.
- L'entreprise utilise les ressources océaniques comme intrants (matières premières, informations, etc.) et lui est fournie.
- Ses réalisations (biens et / ou services), ce qui l'oblige à suivre en permanence les différentes évolutions de l'offre Et la demande.
- La nécessité de suivre le rythme des développements technologiques et des connaissances pour apporter les changements nécessaires pour créer un avantage concurrentiel Sa propre.

- L'environnement comporte de nombreuses menaces et opportunités pour l'organisation et doit donc être étudié afin de déterminer Comportement et stratégie appropriés pour s'y adapter.
- Une augmentation du nombre d'établissements et une augmentation de la concurrence à tous les niveaux.
- Les membres de L'entreprise et les relations formelles et informelles qui les lient font partie des influences constituantes les plus importantes Pour le périmètre interne de la fondation.
- L'étude de périmètre permet de connaître la position des produits de l'organisation sur le marché par rapport au concurrent (la part Commercialisation), ainsi que la position des produits dans le cycle de vie afin d'apporter les changements nécessaires pour maintenir le produit Sur le marché, l'ajustement ou la recherche de nouveaux marchés.

3- les composant l'environnement:

Les composantes de l'environnement peuvent être divisées en deux parties principales (division théorique) pour faciliter l'étude. En réalité, c'est un tout les variables se chevauchent et interagissent les unes avec les autres, comme suit:¹⁶

3-1 l'environnement extérieur: À son tour, il est divisé en général et spécial:

3-1-1 l'environnement extérieur général: ses éléments incluent tout ce qui est en dehors de l'entreprise et qu'il ne peut contrôler Il est représenté dans :

¹⁶ Synthèse Najib ibn Abdeljalil "l'entreprise et son environnement » p .103,104 édition1999

A- L'environnement économique: Parmi les éléments les plus importants qui y figurent, on trouve:

- **Capital**: Il est du devoir de l'entreprise de surveiller tous les changements qui se produisent sur le marché des capitaux pour savoir Évolution des taux d'intérêt en raison du fait qu'il a constamment besoin de fonds à des taux appropriés au cas où Emprunter.
- **la main d'œuvre**: Il est du devoir de l'entreprise de surveiller le marché du travail de connaître la législation du travail, en particulier Y compris les salaires.
- **Concurrence**: l'établissement doit surveiller en permanence le statut des établissements concurrents, le prix de revient, Comment vendre... etc.
- **Demande**: L'entreprise doit constamment suivre l'évolution des goûts des consommateurs, l'évolution de la segmentation du marché Et d'autres afin d'estimer la demande de leurs produits.

B- L'environnement politique et juridique : est représenté dans les lois et législations gouvernementales qui déterminent les relations des entreprises avec l'État, En plus de la philosophie et des objectifs dominants que les partis et les forces politiques partagent au sein du gouvernement, qui peuvent être Une source d'opportunités ou une source de menaces pour les entreprises. L'un des éléments les plus importants de l'environnement politique et juridique est ce Suit:

- Taxes et frais. Exemptions douanières, les relations internationales, Décisions politiques, Stabilité politique.

- Alliances économiques et militaires, déterminer les prix, Lois de protection de l'environnement, Lois sur la protection des consommateurs, Spécifications standard pour la qualité, Lois du travail nationales et étrangères.

C- L'environnement culturel et social : Elle concerne les valeurs sociales, les coutumes, les traditions et les comportements dominants qui régissent le comportement des individus et des groupes, la manière dont ils traitent les droits de l'homme, les développements culturels et les caractéristiques démographiques et spatiales.

Et la civilisation qui prévaut dans la société ou l'État dans lequel l'entreprise veut y être active, et qui peut créer des opportunités pour l'entreprise ou lui faire face à des menaces qu'il faut éviter intelligemment, sinon le destin de l'entreprise est de se retirer du marché, et parmi les composantes les plus importantes de l'environnement social se trouvent les suivantes:¹⁷

Nombre de naissances, Niveau de culture et d'éducation, loyauté envers la patrie, L'importance de la santé et de l'hygiène, Façons de passer du temps Néant, Le nombre de personnes appartenant à des religions différentes. Le nombre de femmes qui travaillent. Groupes socialement influents. Valeurs religieuses dominantes. Achat et habitudes d'achat. - Structure de la population (âge / sexe) L'importance de la qualité et de l'exactitude Il est représenté dans l'évolution de la croissance démographique, le niveau culturel, les coutumes, les traditions, les

¹⁷ M.Meziani, « la gestion de la qualité par la certification et la compétitivité des entreprises », université de Bejaia, faculté de droit et science économique, 2004, P.16.

normes, la langue, etc. sont autant de facteurs qui aident l'entreprise à déterminer sa contrainte sur le marché.

d- L'environnement technologique : Il est lié au développement automatique d'une part et au développement cognitif d'autre part, car il est imposé aux La Société suit en permanence ces deux aspects et tente de profiter des résultats de son développement. Représenter les conditions générales de développement de la technologie et sa disponibilité pour les entreprises souhaitant y accéder Sur elle, en plus du développement des domaines de la connaissance et de la science, et la capacité de chacun à découvrir divers types et formes de technologie De quelles entreprises bénéficient, leur innovation et leur invention, notamment en ce qui concerne leur utilisation dans leurs processus de production Et le marketing et le marketing, et les changements technologiques sont à leur tour considérés comme une source d'opportunités et de menaces pour eux Pour les entreprises, et donc les entreprises ne devraient travailler que pour se renseigner sur les nouveaux développements technologiques et R, parce que les entreprises qui ne peuvent pas suivre le rythme des changements technologiques avancés ne peuvent pas rivaliser et durer longtemps Le marché, et parmi les composants les plus importants de l'environnement technologique, sont les suivants:

- ✓ Technologie utilisée par les concurrents, Technologie moderne en formation.
- ✓ Moyens d'acquérir la technologie, Technologie moderne de stockage.
- ✓ Entreprises leaders utilisant la technologie, La technologie utilisée dans la production.

- ✓ Investissements nécessaires pour acquérir la technologie.
Technologie moderne en production.

3-1-2 l'environnement extérieur spécial : Il comprend de nombreux composants qu'il comprend de nombreux composants de qu'ils sont ;

A-Clients: Ce sont les individus et les entreprises qui obtiennent les résultats de l'entreprise.

B- Fournisseurs: Ce sont les individus et les entreprises qui fournissent du travail, des matières premières, des informations,... etc. à l'organisation.

C-Concurrents: Ce sont les entreprises qui opèrent dans le même secteur d'activité de l'entreprise et qui fournissent des biens et des services similaires à ce que propose la Fondation.

D- Groupes et agences de régulation: Ce sont les organes directement liés au travail de l'entreprise, tels que: les agences gouvernementales spécialisées dans le travail, les prix, les syndicats, ... etc.

3-2 l'environnement Interne: il comprend trois axes principaux :¹⁸

- **Structure organisationnelle:** il fait référence à la structure organisationnelle qui montre la répartition des tâches, des individus et des responsabilités. Les pouvoirs et détermine la nature des relations dans l'entreprise. Chaque fois que la structure organisationnelle de l'entreprise repose sur des fondations logiques et claires, en plus de sa disponibilité de caractéristiques telles que la flexibilité, elle permet à l'organisation de suivre le rythme de tous

¹⁸ ABDOUN.A. : Environnement et développement : quelques réflexions, cahier du CREAD n°50, 4ème trimestre 1999.

les développements qui peuvent survenir et l'aide à atteindre ses objectifs.

- **Culture organisationnelle:** elle est représentée dans les dénominateurs communs parmi les membres de l'organisation en termes de valeurs, coutumes et principes. Et les questions liées à l'organisation de l'entreprise sans l'autre, cette culture forme l'identité des travailleurs et distingue l'entreprise des autres entreprises, ce qui les aide à orienter leurs efforts pour atteindre les objectifs de l'entreprise.
- **Ressources disponibles pour l'organisation:** Les ressources dont dispose l'entreprise comprennent toutes les capacités financières et matérielles Systèmes et capacités humains, technologiques et administratifs divers liés à la recherche et au développement.

4- Caractéristiques l'environnement:

Il y a plusieurs caractéristiques l'environnement sont :

- ✓ **Stabilité:** l'environnement de l'entreprise se caractérise aujourd'hui par une instabilité due à de nombreux facteurs, notamment: l'instabilité Accidents politiques et économiques imprévus, évolution de la demande, innovations fréquentes et créativité dans les matières premières et les services, l'évolution des modes de consommation des clients, ainsi que les établissements où ils achètent leurs produits, etc.
- ✓ **Incertitude et complexité:** le périmètre de l'entreprise se caractérise par sa complexité et son imbrication de telle sorte qu'il est difficile de séparer ses parties certains d'entre eux influencent directement,

comme l'environnement concurrentiel, ou indirectement, comme ceux liés à des variables nationales et internationales, comme l'augmentation des taxes ou l'effet de prix élevés, qui se traduisent par un phénomène d'inflation sur la consommation et donc sur les ventes de l'entreprise.

- ✓ ***Hostilité***: Cette dimension concerne la concurrence, plus la concurrence est intense, plus l'environnement est hostile et plus son impact sur la survie de l'entreprise et de ses activités est grand.
- ✓ ***Cinétique et ambiguïté***: les apparences de l'océan aujourd'hui ne sont pas ce qu'elles étaient dans le passé, Évoluant, accélérant et devenant de plus en plus complexe; Par exemple: la relation des fournisseurs et des clients avec l'entreprise peut beaucoup changer, de simples accords d'achat et de vente, il est devenu un concept de partenariat, car chaque partie a des intérêts qui représentent des intérêts qui sont atteints en tenant compte des intérêts de l'autre. Cela oblige l'entreprise à suivre de manière intensive ce qui se passe autour d'elle car l'accélération de la mobilité constitue dans la plupart des cas une menace réelle en cas d'échec d'adaptation. Peut-être que le problème de l'émergence de nouvelles alternatives au produit et de l'augmentation des applications technologiques sont les aspects qui ont caractérisé le mouvement de la concurrence.

5- Interaction entre l'environnement et entreprise économique:

Cette interaction est mise en évidence par l'influence mutuelle entre l'entreprise économique et l'environnement.

5-1- L'impact d'entreprise économique sur l'environnement :

La mesure dans laquelle l'influence de l'entreprise sur l'environnement augmente, plus sa taille et son poids sont importants Le plus grand de ses environs, parmi ces effets on mentionne:¹⁹

- L'effet sur le niveau d'emploi ou de chômage: L'augmentation du nombre d'établissements conduit souvent à une augmentation de l'emploi Et réduire le chômage, surtout si ces entreprises dépendent de l'intensité du capital humain, mais de la dépendance La technologie et son indemnisation de la main-d'œuvre ou la faillite et la liquidation d'établissements ou leur invalidité partielle ou totale entraîne une augmentation du chômage, comme c'est le cas lorsque certains établissements licencient ou ferment leurs portes pour quelque raison que ce soit.

-Impact sur les salaires: les différents mécanismes qui régissent le marché du travail, en particulier les salaires, affectent L'entreprise et ses performances Cependant, cela n'annule pas l'effet de l'entreprise sur les salaires, car les entreprises importantes (de poids Le grand) affecte l'augmentation ou la diminution des salaires en essayant d'attirer la main-d'œuvre dans un secteur ou une région spécifique Comme les entreprises travaillant dans le domaine des carburants.

-Impact sur la consommation et le mode de vie: il apparaît à travers l'influence de l'entreprise sur le niveau d'emploi et sur Les salaires car on sait que la consommation et les salaires sont dans une relation positive, quant à l'effet sur le mode de vie Elle apparaît à travers plusieurs aspects: comme la transformation du mode de vie dans de nombreuses sociétés,

¹⁹ V. Baron. pratiquer le management de l'environnement : les réponses a vos questions. Edition AFNOR, 2005, p 186.

alors que leurs entreprises s'éloignent Du système agricole au système industriel, qui entraîne un changement dans l'ordre de la vie quotidienne (horaires de travail, répartition des salaires: journalier, hebdomadaire, annuel ... etc.). L'impact de l'entreprise se manifeste également à travers l'influence sur les modes de consommation, car elle s'est développée et est passée de la consommation d'aliments naturels aux produits manufacturés et à la restauration rapide (McDonald's, pizza ... etc.), influençant également les habitudes de consommation à travers divers moyens de promotion.

-Impact sur la réalisation de l'intégration économique: toute entreprise, quelle que soit sa forme et son type, est liée à un réseau Un ensemble complet d'autres entreprises, et tout défaut ou défaut de celles-ci peut également entraîner la défaillance de l'ensemble du réseau le développement d'une entreprise pouvant conduire à renforcer l'intégration économique entre différents secteurs économiques (fournisseurs, Clients, usines, etc.).

-Impact sur la reconstruction et le développement: l'existence d'une entreprise spécifique à un certain endroit et à un certain moment peut conduire à la reconstruction Les populations et ce dont elles ont besoin de diverses installations de vie (autres établissements commerciaux, écoles, hôpitaux, etc.), ce qui aide à développer ce lieu.

- Impact sur la formation et la technologie: on suppose que les modèles de formation dans les universités sont principalement préparés Répondre aux besoins des entreprises en personnel spécialisé, les entreprises elles-mêmes jouant un rôle important dans la formation de ses ouvriers, son activité peut être principalement la formation. Quant à la technologie, de

nombreux les statistiques soulignent que différentes innovations Et les inventions modernes sont produites par les laboratoires de recherche et développement Certaines entreprises.

5-2- L'influence de l'environnement dans l'entreprise:

L'impact de l'environnement sur l'entreprise a de nombreux effets, notamment:²⁰

- **L'effet de la formation humaine:** l'environnement peut affecter l'être humain qui travaille en élevant son niveau de formation, ce qui conduit à Augmenter sa productivité, car cela peut affecter le processus en élevant son niveau formatif, ce qui conduit à augmenter son efficacité et à obtenir les meilleurs résultats pour l'organisation; Cela peut également affecter le consommateur en augmentant son niveau culturel et en prenant conscience de l'importance des produits de l'entreprise grâce à sa compréhension de leur publicité et de leur publicité.

- **L'effet du marché physique:** l'effet de ce marché apparaît à la fois du côté de l'offre et de la demande, car l'entreprise en tant que consommateur est affectée par la qualité et le prix des biens et services qu'elle obtient et de tout ce qui affecte ces biens et services, qu'il s'agisse de matières premières, de sources d'énergie ou de biens d'investissement. Pour ses produits et services.

- **L'impact du développement technologique:** la technologie est devenue un élément de production et son importance s'est accrue L'entreprise économique, car l'accélération du développement technologique affecte le niveau de développement des machines et

²⁰ Gallez.C, Moroncini.A, « le manager et l'environnement », éd, presse polytechniques et universitaires romande, 2003, Italie, P.15.

équipements appartenant à ces derniers et l'efficacité de leur utilisation ainsi que le niveau de leur production.

- **L'effet de l'autorité publique:** l'État représente le contrôleur pour diverses transactions économiques par le biais de lois Législation telle que l'encouragement à l'investissement: (octroyant des subventions ou des facilités aux entreprises ou les exonérant d'impôts), ou celles visant à limiter la portée de l'activité de l'entreprise (imposer des impôts élevés ou l'imposer à des conditions difficiles); Les effets de l'État peuvent également être représentés dans d'autres rôles tels que fournisseur, client, concurrent, etc.
- **L'impact des syndicats et associations:** tels que l'Association pour la protection de l'environnement, les droits de l'homme, les syndicats, etc., constituent ces les organes exercent fondamentalement des pressions sur l'organisation (affectant les travailleurs et le conseil d'administration) et l'État; Beaucoup d'entre eux ont pu obtenir leurs revendications sur l'aspect social général: comme l'amélioration des conditions de travail, l'augmentation des salaires, l'influence de l'État pour influencer les entreprises de protection des consommateurs et de l'environnement.

6- Comment gérer l'environnement et entreprise :

La gestion de l'entreprise et du périmètre a pour but d'étudier les opportunités et les risques de l'environnement, ainsi que les faiblesses et les forces de l'entreprise, alors que les dirigeants des entreprises travaillent à comprendre l'environnement avec ses différents changements et les effets qu'ils provoquent, et cela se manifeste à travers leur recherche des différentes opportunités disponibles et leur évaluation pour ensuite les exploiter de manière à soutenir la position et la force de l'entreprise, ainsi

que leur prise de conscience des différents risques. Et essayer d'éviter ou de réduire leurs effets, d'une part, et d'autre part, essayer de connaître les forces et les faiblesses de l'entreprise afin de remédier à la carence et de renforcer ce qui est positif. Parmi les risques et opportunités les plus importants auxquels l'entreprise est confrontée, nous mentionnons :

6-1- Risques l'environnement:

De nombreux risques l'environnement peuvent être liés à l'entreprise, aux concurrents, au pays ou à l'économie en général, notamment:

- ***Le risque de crise:*** L'entreprise évoluant dans un environnement composé de nombreux facteurs et variables, tout changement extrême de ces facteurs pourrait provoquer une crise pour l'entreprise en particulier ou pour l'économie en général, telles que: catastrophes financières, politiques, économiques, naturelles ... etc..

- ***Le risque de concurrence:*** dans l'économie actuelle, chaque entreprise a un groupe de concurrents, et en conséquence l'établissement est obligé de surveiller les différentes tendances des concurrents (prix, qualité, méthodes de promotion, ... etc.), en tenant compte du risque de nouveaux concurrents qui peuvent entrer sur le marché, ainsi que des rassemblements entre Clients et fournisseurs, ce qui permet la formation de forces de négociation contre l'entreprise, ce qui influe sur ses décisions, en plus de tous les facteurs qui nécessitent la prudence de l'entreprise pour assurer sa survie sur le marché.

-Le risque de conflits internes: L'entreprise économique, quelle que soit sa nature, comporte un danger Conflits causés par des perceptions et attitudes différentes, et par conséquent, l'entreprise doit encourager les comportements Les aspects positifs de celui-ci, qui se manifestent sous la

forme d'une compétition entre individus et groupes concernant la performance et la maîtrise du travail avec veillez à ne pas se transformer en comportements nocifs.

6-2- Opportunités l'environnement:

Les opportunités l'environnement sont nombreuses, qui peuvent être liées à l'entreprise ou à tout élément de l'océan, notamment:²¹

- ***Opportunités d'innovation:*** à la lumière de l'économie de la connaissance, de l'accélération technologique et de la concurrence intense, de nombreuses entreprises des sommes importantes sont allouées aux services de recherche et développement pour le développement des moyens, des méthodes de production et de la technologie... etc, à la recherche de tout ce qui est nouveau qui lui confère de nombreux avantages.
- ***Opportunités de créer des avantages compétitifs:*** les entreprises économiques ont de grands intérêts dans la recherche de diverses méthodes Et des méthodes qui lui permettent de créer des avantages concurrentiels par rapport à ses concurrents pour augmenter sa part de marché, et cela se voit Avantages en: qualité du produit, coût, méthode de scellage, efficacité, réponse rapide aux clients, etc. La recherche est considérée Concernant les avantages concurrentiels, il y a une activité à long terme difficile à réaliser qui nécessite des fonds importants et des talents élevés.
- ***Opportunités d'amélioration de l'efficacité:*** il fait référence à l'utilisation optimale des ressources, en plus de l'évaluation continue de

²¹ Valérie.B, « pratiquer le management de l'environnement : les réponses à vos questions », édition. Afnor, 2005, P.216.

divers types les éléments constitutifs de l'entreprise pour identifier ses forces et ses faiblesses afin de connaître les véritables capacités de l'entreprise, Ainsi, la possibilité d'identifier les aspects qui pourraient représenter des opportunités pour améliorer leur efficacité dans un domaine spécifique.

V: Classification des entreprises économiques :

Les entreprises économiques prennent des formes différentes et multiples, notamment: une unité artisanale traditionnelle, un magasin privé, une société de production, une banque, ou une entreprise multinationale ...etc.

Ces chiffres sont difficiles à étudier en général, surtout lorsqu'on essaie de comparer entre une entreprise et une autre. Par conséquent, le processus de classification facilite l'étude des établissements en les agençant ou en les classant selon des mesures ou des critères spécifiques, ces derniers sont nombreux et le degré de leur importance varie d'une norme à l'autre, et dans ce contexte nous aborderons les critères les plus importants de classification des établissements: la norme juridique, la norme économique et la norme de taille.

1- Norme juridique:

Selon ce critère, les établissements sont classés selon la loi à laquelle ils sont soumis: Les établissements privés et ils sont divisés Aux: (entreprises individuelles et entreprises), entreprises semi-publiques (mixtes) et entreprises publiques.

1-1- Établissements privés: les établissements privés sont soumis au droit privé et peuvent être classés sous deux types Deux sont essentiels: les entreprises individuelles et les entreprises.

1-1-1 Entreprise individuelle: Ces établissements sont créés par une seule personne qui est considérée comme l'employeur et le propriétaire Capital et parfois organise et administration, et est responsable de prendre toutes les décisions liées à l'activité, et qui Des exemples de cela, nous trouvons des laboratoires artisanaux, des ateliers de maintenance, etc., parmi les inconvénients dont l'individu ne peut pas être familier avec tous Les aspects techniques, productifs et de gestion, ainsi que les opportunités de promotion au sein de l'organisation, sont limités, etc.²²

1-1-2 Sociétés par actions: la société est un contrat par lequel deux personnes ou plus sont tenues de contribuer chacune d'elles une part d'argent ou de travail, à condition de répartir le profit ou la perte pouvant résulter du projet. Le législateur a développé Conditions objectives générales, qui sont: satisfaction, éligibilité, lieu et raison. Quant aux conditions objectives spécifiques, elles sont représentées En: la multiplicité des partenaires, le partage des actions et l'intention de participer, et les Sociétés par actions peuvent être divisées en:

- Sociétés de personne (solidarité, société en commandite simple et joint-venture).
- Sociétés à responsabilité limitée.
- Sociétés de capitaux (par actions).

²² Jean. Pierre. Lorriaux : « Economie d'entreprise », Ed Dunod, Paris, 1991, page.33.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

A- Sociétés de personne: Ce type d'entreprise est basé sur une considération personnelle et une confiance mutuelle entre Parties participantes, qui ont un impact positif sur l'activité de l'établissement, de trois types :

- ***Entreprises de solidarité:*** Les entreprises de solidarité sont établies entre amis et familles en général, par le biais d'un contrat entre Deux personnes ou plus, qui fournissent des actions en nature ou en espèces, et elles sont conjointement responsables (responsabilité Conjointe et illimitée) pour les dettes de l'entreprise et pour les affaires et activités exercées par la direction avec engagement Les partenaires remplissent les différentes obligations matérielles qu'implique leur entreprise et la responsabilité est illimitée (car elle va au-delà Les obligations de la société envers les fonds propres des associés en cas de perte de la société). L'adresse de l'entreprise se compose de Les noms de tous les partenaires ou à partir du nom d'un ou plusieurs d'entre eux suivi du mot «et de leurs partenaires».
- ***Société en commandité simple:*** C'est l'une des entreprises humaines basée sur des considérations personnelles, et cela ne diffère pas A propos d'une entreprise solidaire sauf sur un point, qui est que les sociétés de partenariat simple sont de deux types: Partenaires: commandités et commanditaires.

Les dispositions relatives aux sociétés solidaires s'appliquent aux sociétés en commandite, sous réserve de conditions comprenant:

- Le statut des conjoints s'applique à.
- Les commanditaires ne sont tenus de dettes envers la société qu'à hauteur de la valeur de leurs actions.

➤ **Des entreprises Ventrues:** elles dépendent de leur création sur un accord écrit ou oral entre deux ou plusieurs partenaires réaliser une activité économique pendant une durée limitée, réaliser un profit spécifique à partager entre les partenaires selon Leur accord, et avec la fin de l'activité économique pour laquelle elle a été créée, la coentreprise prend fin et ses caractéristiques comprennent:²³

- Elle est considérée comme une entreprise cachée qui n'a ni droits ni obligations.
- Elle n'a ni capital, ni salariés, ni personnalité juridique, son activité est donc exercée à titre personnel.
- Ces entreprises s'intéressent aux activités commerciales et saisonnières telles que la commercialisation des cultures agricoles,... etc.

B- Société par action :

Une société dont le capital est divisé en parts égales appelées actions, et elle se compose d'associés qui ne supportent les pertes que dans la mesure de leur part.

- ✓ Le nombre de partenaires ne peut pas être inférieur à sept.
- ✓ La condition mentionnée dans la deuxième section ci-dessus ne s'applique pas aux entreprises à capitaux publics.
- ✓ Une société par actions s'appelle la société et elle doit être précédée ou suivie de l'indication de la forme de la société Et le montant de son capital.

²³ A. Berchiche : «Typologie des sociétés commerciales avantages et inconvénients», In mutation revue trimestrielle, Ed. CNCA, 1999, page.page.39-44.

- ✓ Un ou plusieurs noms peuvent être inclus dans la désignation de la société.
- ✓ Le capital de la société par actions doit être d'au moins cinq millions de dinars algériens, le cas échéant L'entreprise a eu recours publiquement à l'épargne, et au moins un million de dinars en cas de violation.

C- Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité : La société à responsabilité limitée est constituée par une ou plusieurs personnes Les personnes qui ne supportent pas de pertes sauf dans la limite de leurs rations.

Si la société à responsabilité limitée créée conformément au paragraphe précédent, ne comprend qu'une seule personne comme associé unique, cette société sera appelée «société unipersonnelle à responsabilité limitée». Et il désigne une adresse pour l'entreprise qui peut inclure le nom de l'un des associés ou plus, à condition que cette désignation Précédé ou suivi des mots «Société à responsabilité limitée» ou de leurs initiales, c'est-à-dire LLC, LLC, etc. l'état du capital de l'entreprise.

Le capital de la Société à Responsabilité Limitée ne peut être inférieur à 100 000 DZD, et le capital est divisé en actions de même valeur nominale d'au moins 1000 DZD non négociables.

Les opinions divergeaient quant à la détermination du type de ces sociétés: certaines les incluaient parmi les sociétés de personnes et d'autres considèrent qu'il s'agit d'un type de sociétés monétaires en raison de la similitude entre elles et ces sociétés.

1-2- Entreprise semi-publiques (mixtes) : Ses Entreprises se compose de deux parties, l'État et le représentant, au sein du ministère ou d'une Entreprise publique et la deuxième partie est le secteur privé, où de telles entreprises sont établies Avec l'accord entre les deux parties susmentionnées pour mettre en œuvre un projet économique spécifique dont les objectifs, la taille et les conditions sont définis, La durée de sa vie, ... etc.²⁴

La contribution au capital est faite par les deux parties, et la contribution de la partie publique n'est généralement pas inférieure à 11% de la tête L'argent, afin de maintenir l'entreprise mixte en fonction des objectifs généraux et de l'intérêt public, car les décisions sont prises sur la base de la base de la majorité dans le nombre de voix .

1-3 Entreprise publiques: sont les entreprises affiliées au secteur public qui sont considérées comme des entreprises publiques, que ce soit par nationalisation ou par construction, de sorte que son capital appartient au secteur public, c'est-à-dire à l'État, Et la gestion y sera par une ou plusieurs personnes choisies par l'organisme dépositaire, qui a des capacités matérielles et financières, il bénéficie d'une gamme de facilités juridiques et administratives et de diverses exemptions, ainsi que d'un dispositif Le contrôle est représenté dans la tutelle et les entreprises publiques peuvent être classées sous les deux formes suivantes:²⁵

²⁴ Widad Guechtouli ; Manelle Guechtouli «L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités? ».2014. Page.10

²⁵ Karim. SI LEKHAL ; Yusuf. KORICHI ; Ali. GABOUESSA « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives ».2013.P10.

A -Les Entreprise subordonnées aux ministères:

S'incarnent dans toutes les entreprises directement subordonnées au Centre, c'est-à-dire à l'une d'entre elles Les ministères, propriétaires de leur établissement, qui en contrôlent la gestion par l'intermédiaire des agents qui les désignent, en soumettant des rapports périodiques sur leurs activités et leurs résultats.

B -Les Entreprise appartenant à des groupes locaux :

Ces groupes locaux sont représentés dans la commune et la wilaya

Ces groupes établissent et établissent de telles entreprises, que ce soit par la municipalité, l'État ou Tous deux, généralement de taille moyenne ou petite, et encadrés par leurs créateurs à travers leur management, ils sont souvent dans les transports, la construction ou les services publics.

2- Norme économique:

Selon ce critère, l'Entreprise économique est classée sur la base des secteurs d'activité économique représentés Dans: le premier secteur, le deuxième secteur et le troisième secteur.

2-1- *Entreprise du premier secteur:* Le premier secteur comprend des entreprises spécialisées dans divers types d'agriculture Et ses produits, ainsi que l'élevage de bétail, en plus des activités de pêche et d'autres activités spéciales avec la terre et les ressources naturelles, il comprend généralement des activités minières, donc toutes ces entreprises sont dans le secteur Le premier dans son ensemble.

2-2- *Entreprise du deuxième secteur:* Le deuxième secteur comprend tous les établissements industriels c'est-à-dire le secteur industriel. C'est le

secteur dans lequel les différentes entreprises convergent pour transformer les matières agricoles en produits diverses industries alimentaires et industrielles, ainsi que le raffinage et la transformation de matières naturelles telles que les minéraux, l'énergie, etc., qui sont On les appelle les industries manufacturières, ainsi que les établissements de fabrication d'équipements et divers moyens de production. De ce point de vue, ces entreprises peuvent être regroupées en deux branches principales:

A- Industries légères: ce sont des industries souvent de consommation, comme l'industrie textile. Collations, boissons, vêtements, pâtes, ... etc.

B- Industries lourdes: Il est considéré comme un utilisateur des ressources et des produits de différents secteurs tels que l'industrie des machines Production extractive et énergétique et moyens de production utilisés dans divers autres secteurs économiques, ...etc.

3-2 Entreprises du tiers secteur: Les entreprises du tiers secteur comprennent diverses activités qui ne se trouvent pas Les premier et deuxième secteurs, qui ont des activités très différentes et larges, telles que: le transport dans ses différentes branches, la banque, Commerce, santé et plus.

3- Norme de taille:

La taille de l'entreprise est l'un des facteurs sur lesquels les entreprises sont souvent organisées, mais cette taille a changé Il est mesuré par plusieurs indicateurs qui varient en degré d'importance, notamment: numéro d'entreprise, valeur ajoutée, superficie du bien, nombre de travailleurs, etc. L'une des mesures les plus couramment utilisées est le nombre de travailleurs, et cet indicateur varie en termes de taille, la même

ECONOMIE D'ENTREPRISE

chose d'un pays à l'autre et le nombre de travailleurs peut être adopté selon la classification suivante:

tableau 02 : Classification des pme en Algérie

Entreprise	Effectifs	Chiffre d'affaire (DA)	Total bilan (en DA)
Très petite	1-9	< 20 millions	< 10millions
petite	10-49	<200millions	<100millions
moyenne	50-250	200 millions-2 milliards	100-500 millions

Source : tableau établi d' après la loi d'orientation et de promotion des Pme /PMI, décembre 2001, p8-9.

Quant à la grande entreprise, le nombre de ses travailleurs est supérieur à 500 travailleurs.

VI: Stratégie d'entreprise :

Dans ce contexte, il traite de la définition de la stratégie, de son importance, de la voie stratégique générale et des types de stratégies (Options stratégiques.)

1- Définition de la stratégie:

L'origine de ce mot est le mot grec "Strategos", et le mot a une origine militaire Il fait référence au grand plan d'une guerre ou d'une bataille, et ce terme a évolué pour désigner l'art d'acquérir des connaissances soit En temps de guerre ou dans le monde des affaires, en général, une stratégie peut être définie comme un plan à long terme l'entreprise le prend comme base de décision en fonction de son identification de sa mission actuelle et

future et se base sur l'identification La gamme de produits et de marchés avec lesquels ils traitent, les utilisations des ressources dont ils disposent et les avantages concurrentiels dont ils disposent Elle se distingue par elle et l'effet de compatibilité entre ses différentes fonctions administratives et ses différentes activités commerciales de manière à assurer la cohésion de l'entreprise En interne, cela leur permet d'avoir une liberté de mouvement et de s'adapter à ce qui les relie à leur environnement extérieur et d'atteindre leurs buts et objectifs Et ses objectifs principaux de manière équilibrée.

Selon Johnson et Scholes (2000): La stratégie est «la direction à long terme des activités d'une organisation».

« La stratégie, c'est l'acte de déterminer les finalités et les objectifs fondamentaux à long terme de l'entreprise, de mettre en place les actions et d'allouer les ressources nécessaires pour atteindre les dites finalités». ²⁶

Il vise à obtenir un avantage concurrentiel basé sur la préparation et la préparation des ressources de l'entreprise en fonction des changements de l'environnement et sur La manière qui répond aux besoins du marché et des différents acteurs de l'organisation. » Ainsi, la stratégie C'est le cadre de référence qui contrôle les perceptions de l'entreprise de l'avenir et comment y parvenir à la lumière des effets de l'environnement Et les différents intérêts des partenaires et en leur sein. Mintzberg (1994) classe la stratégie en:²⁷

- La stratégie envisagée: les stratégies que l'organisation entend mettre en œuvre, c'est-à-dire le premier noyau.

²⁶ Alfred Chandler « Stratégie et structure de l'entreprise »,1962.

²⁷ Alsot -Passeron : « Compétitivité et stratégie françaises », Ed Economica, Paris, 1996, page.38.

- Stratégie approuvée: exprimée dans un plan formel.
- Stratégie émergente: sont des stratégies imposées par l'environnement, au cours du travail de préparation de l'organisation Les budgets et les plans se trouvent confrontés à un mélange de stratégies adoptées et émergentes.
- Stratégie atteinte: c'est le produit du processus précédent, et c'est la stratégie mise en œuvre par l'entreprise en le dernier.

2- Importance stratégique d'une entreprise:

On peut dire que l'importance de la stratégie pour les organisations professionnelles est illustrée dans les points suivants:

- Comprend l'utilisation correcte et efficace des ressources.
- Atteindre l'harmonie et l'intégration entre les activités et les événements au sein de l'organisation.
- L'utilisation de la stratégie conduit au développement et à l'amélioration des affaires au sein de l'organisation.
- La stratégie fournit un cadre dans lequel obtenir des informations de l'environnement externe.
- Aide à faire face à l'incertitude et aux risques auxquels est confrontée l'organisation, qu'elle traite.
- La probabilité que des événements imprévus se produisent en préparant l'organisation et en lui permettant de faire face à ces Événements ou changements.

Une autre importance de la stratégie peut également être notée dans ce qui suit:

- La stratégie sert de guide et de guide clair du plan d'action de l'organisation, car elle lui permet de La réponse exacte au type d'entreprise que vous pouvez faire.
- Il rend les managers plus conscients des changements potentiels qui se produisent dans le domaine de la capture des opportunités marketing actuellement disponible ou susceptible de se produire, ainsi que les diverses menaces correspondantes qui peuvent l'empêcher de gagner Avec ces opportunités.
- Les gestionnaires doivent être plus rationnels et rationnels dans la détermination des budgets financiers nécessaires pour achever les travaux. Aussi bien que pour une indication précise de la taille de la main-d'œuvre approuvée pour effectuer les travaux requis.
- Aide à prendre les décisions prises par les gestionnaires au plus près de la précision lors de la mise en œuvre pour atteindre Les objectifs recherchés sont en ligne avec l'intérêt des actionnaires et des propriétaires.
- Il est considéré comme un outil de contrôle du travail global prévu dans l'organisation, et donc de tout écart par rapport à celui-ci Cela indiquera le défaut.

3- La voie stratégique générale (Démarche stratégique) Les étapes du management stratégique:

Le processus stratégique qui consiste à préparer la stratégie et à activer tous les éléments de sa mise en œuvre est complexe Et le

chevauchement entre les différents facteurs à prendre en compte et entre les différentes étapes qu'ils traversent La vérité est due à l'influence de la réalité culturelle et sociale de l'entreprise et aux particularités de sa gestion. Elle est également affectée Dans l'imaginaire tiré de la stratégie, est-ce un plan? Ou une situation? Cependant, nous essayons de distinguer les étapes Les grands principes suivants du processus stratégique (cette classification varie d'un chercheur à l'autre):

Diagnostic ou analyse stratégique, évaluations stratégiques, différence stratégique, prise de décision Stratégie, préparation de plans, contrôle.

3-1- Diagnostic ou analyse stratégique:

Il comprend l'analyse interne et l'analyse externe de l'environnement comme suit :

3-1-1- Analyse externe (analyse du secteur de la concurrence):

Dans ce contexte, l'entreprise analyse les facteurs les plus importants Focus ambiant sur le secteur auquel il appartient, en analysant les cinq forces concurrentielles et la pression qui en résulte À leur sujet, ces forces sont illustrées dans la figure suivante :

Figure n ° (04): les 5 forces de porter



Source : Olivier. Torres : « PME de nouvelles approches », Ed Economica, Paris, 1998, page..64-67.

A - Le risque des entrants potentiels sur le marché: (entrée de nouveaux producteurs)

Les nouveaux producteurs représentent des potentiels et des énergies nouvelle productivité dans le secteur concurrentiel, en plus de leur volonté de contrôler une partie du marché et des ressources, ce qui peut conduire à une baisse des prix du fait d'une augmentation de l'offre, si la demande se poursuit pour ce qu'elle est, ce qui affecte négativement la rentabilité des entreprises du secteur, et la menace de nouveaux producteurs dépend de la taille des barrières Si les barrières sont grandes et difficiles, alors la menace est faible, et si les barrières sont faibles ou peu nombreuses, alors la menace est grande. Porter a identifié six barrières principales à l'entrée dans l'industrie, à savoir:²⁸

²⁸ Wahiba Hussein Dasi, La gestion des connaissances et son rôle dans l'obtention d'un avantage concurrentiel: une étude appliquée dans les banques gouvernementales syriennes, une recherche

- ✓ ***Économies d'échelle:*** ces économies limitent l'entrée de nouveaux producteurs dans le secteur en les forçant à entrer dans le secteur Pour commencer avec un volume élevé ou accepter un déficit de coûts de production.
- ✓ ***Différenciation des produits:*** la différenciation des marques crée un autre obstacle pour les nouveaux producteurs à dépenser de grosses sommes Pour surmonter la fidélité des clients à une marque particulière, où la publicité, le service client et les différences jouent Produits le premier rôle dans la distinction des produits.
- ✓ ***Entrer dans les canaux de distribution:*** des entreprises solides sur le marché dominent les canaux de distribution et les installations qui y sont liées, donc la question de l'entrée sur le marché est un fardeau pour les entreprises Dakhla devra supporter des coûts plus élevés si elle choisit d'utiliser les canaux de distribution situés Le marché, ou la création de ses propres canaux de distribution, est une option coûteuse pour la nouvelle organisation Dans tous les cas, chaque choix se reflétera, à un degré ou à un autre, sur le prix du produit final puis sur l'action L'entreprise des ventes et des bénéfices.
- ✓ ***Conditions inappropriées en termes de coûts au-delà de l'effet d'échelle:*** les entreprises existantes peuvent dans le secteur, il existe des avantages en termes de coûts de production dont les entreprises qui souhaitent s'implanter ne bénéficient pas qui fait référence à:

- * Effet axé sur l'expérience.
 - * La possibilité d'obtenir des matières premières à de meilleurs prix que les concurrents.
 - * La disponibilité d'une certaine technologie pour elle qui n'est pas disponible pour d'autres en vertu de l'invention, par exemple.
 - * Ils ont acheté des immobilisations dans le passé avant leur augmentation actuelle de prix ou parce qu'ils ont reçu des subventions gouvernementales.
 - * Avantages dus à ses emplacements d'usine actuels.
- ✓ ***Exigences en matière de capital:*** créer le besoin d'investir des ressources financières substantielles dans le secteur afin d'être compétitif Un autre obstacle à l'entrée, surtout si l'argent est destiné à une dépense non remboursable à terme aussi court que les dépenses de recherche et développement et de publicité.
- ✓ ***Politique gouvernementale:*** le gouvernement peut limiter ou empêcher l'entrée de nouveaux concurrents dans certaines industries Et c'est par la législation: les lois sur la pollution de l'eau et les lois douanières.

B - Le pouvoir de négociation des fournisseurs:

Les capacités de négociation des fournisseurs sont représentées dans l'étendue de leur capacité à menacer de réduire la qualité des matériaux et de réduire les services qu'ils fournissent.

C- Le pouvoir de négociation des acheteurs (clients) :

Il existe certaines situations dans lesquelles ils peuvent obliger les entreprises à baisser les prix, à fournir des services de meilleure qualité ou plus, ou à battre leurs concurrents au final, tout cela affecte la rentabilité du secteur, et les capacités de négociation des clients dépendent de l'importance du volume de leurs achats ainsi que de leur position sur le marché.

D- Le risque des produits de substitution (alternatives):

L'existence de substituts aux produits actuels proposés par le secteur est considérée comme une menace Pour ce secteur, à moins que les produits de cette industrie ne soient distingués, et que l'effet des produits alternatifs sur la rentabilité du secteur dépend d'un ensemble de facteurs, dont les plus importants sont:

- ❖ Degré de disponibilité totale de l'alternative.
- ❖ La possibilité du produit de contrôler et contrôler les coûts.
- ❖ Comment offensant les producteurs de remplacement.
- ❖ La valeur du prix entre les produits originaux et alternatifs.

E- L'intensité de la concurrence entre investisseurs actuels :

Prend de la netteté La concurrence revêt de nombreuses formes, notamment: guerre des prix, publicité, services et garanties, et elle mène souvent Réduire les revenus et les bénéfices des entreprises du secteur à court terme, et l'intensité de la concurrence est due à plusieurs Facteurs comprenant:

- Plusieurs concurrents, ou presque égaux en taille et en force.

- La faible croissance du secteur concurrentiel, qui oblige les producteurs à lutter pour augmenter leurs parts de marché.
- Manque de différenciation entre les produits (biens ou services).
- Il n'est pas possible d'augmenter la capacité de production sauf en grande quantité à chaque fois qu'on le souhaite.
- Obstacles importants à la sortie du secteur, tels que l'utilisation d'actifs hautement spécialisés ou une fidélité excessive de la direction au secteur. Parfois, la société est poussée à concurrencer dur bien qu'elle n'ait pas réalisé de bénéfices élevés ou raisonnables pour Ses investissements dans le secteur.
- Les concurrents diffèrent dans leurs stratégies, leurs personnalités, leurs premiers atouts et leur idée de la concurrence.

L'état de la concurrence se caractérise par la nécessité de réduire les coûts et de fournir de meilleurs niveaux de service aux clients, c'est-à-dire Se concentrer sur des stratégies telles qu'un leadership complet dans la différenciation des coûts et se concentrer sur des marchés spécifiques.

En étudiant ces forces, il est possible de déterminer l'attractivité du marché dans ce secteur et de déterminer la position concurrentielle Ce que l'on voit, c'est que cette analyse nécessite beaucoup d'informations difficiles à obtenir, ce que l'on peut voir Grignoté sur l'analyse concurrentielle des cinq forces de Porter.

Cependant, à la lumière de l'économie de la connaissance, l'analyse du secteur d'activité n'est plus suffisante en raison de l'ouverture des marchés, car l'entreprise doit se concentrer davantage sur les cartes

gagnantes de cette économie, dont les plus importantes sont les connaissances et les compétences.

3-1-2- Analyse interne de l'organisation (ressources et compétences):

L'analyse interne est aussi importante que l'analyse c'est plutôt sous la théorie des ressources qu'elle reçoit la priorité et l'analyse interne dans ce cadre comprend de nombreux les points les plus importants sont:

- ✓ Etude analytique des différentes ressources de l'entreprise.
- ✓ Étudiez les différentes opérations et activités principales de l'entreprise.
- ✓ Mécanismes de gestion et de structuration.
- ✓ Exposer les compétences et les énergies potentielles de l'entreprise.

Attendu qu'il n'est pas possible de saisir les opportunités ou de faire face à des menaces à moins que l'entreprise ne dispose de capacités internes pour cela.

Ce processus consiste à identifier les composantes de la faiblesse de l'entreprise et également à identifier les causes de force et de construction. Par conséquent, nous connaissons les capacités actuellement disponibles et l'évaluation interne peut affecter les aspects suivants :²⁹

²⁹ Khatim Muhammed Al-Eid, Quality Management and Corporate Strategy: A Field Study of Sonelgaz Corporation, Majester (non publié), Department of Commercial Sciences, Université Mohamed Boudiaf, Al-Messila, p. 1

- Évaluation des services et unités de l'établissement: des informations complètes et précises doivent être fournies sur les différents services et unités de l'établissement, pour le service de production par exemple, il est nécessaire de connaître l'état des machines et des équipements, la capacité de production disponible et utilisée, le volume de production, les coûts de production, les opérations de maintenance, la qualité des produits, ... etc. Après avoir collecté et analysé des informations sur tous les départements et unités, il devient clair pour nous les opportunités et les menaces auxquelles l'entreprise est confrontée, et si les opportunités sont plus grandes que les menaces, l'entreprise est dans une position concurrentielle plus forte, et donc la stratégie de l'entreprise est construite, en tenant compte de cette situation, et en analysant les informations sur l'état interne de l'entreprise, l'accent peut être mis. Certains domaines sont d'une grande importance pour atteindre les objectifs.
- L'entreprise travaille sur l'analyse de l'information et elle doit passer au stade de la découverte de ses forces et faiblesses en classant ces informations dans une base de données qui montre la direction des données dans le passé ainsi que la situation actuelle et ce qu'elle pourrait être dans le futur. La performance interne actuelle est capable d'atteindre les objectifs fixés, et après avoir découvert les forces et les faiblesses de l'organisation, il est nécessaire de déterminer son impact et l'étendue de son importance stratégique et de déterminer la possibilité de son utilisation dans la stratégie de l'entreprise.

3-2- Estimations stratégiques : elles concernent la détermination des objectifs stratégiques de l'entreprise ainsi qu'une estimation. Ses positions futures sont les facteurs les plus importants qui affectent la trajectoire de l'entreprise.

3-3 La différence stratégique: Dans le futur, l'organisation évolue dans un domaine qui se situe entre deux situations principales:

- Position souhaitable traduite par des cibles dominantes.
- Une position se dirigeant vers elle en raison de la poussée des facteurs de l'environnement.

Le défi stratégique auquel l'organisation est confrontée est de travailler à réduire la différence au niveau le plus bas possible.

3-4- Prise de décision stratégique: Ce processus se déroule selon la rationalité suggérée par H. Simon:

- Recherchez les options possibles en fonction des résultats du diagnostic et de l'analyse de la variance.
- L'évaluation des options possibles repose sur l'identification de critères d'évaluation qui peuvent être quantitatifs.

3-5- Préparation des plans: Après avoir déterminé les stratégies appropriées, l'étape de la traduction de ces stratégies en plans vient Appliquées sous forme de politiques fonctionnelles (restauration, production, commercialisation, ...), telles que ces politiques sont formulées Les budgets définissent le calendrier et allouent les ressources pour chaque opération.

3-6-Contrôle: Le contrôle consiste à suivre le processus de mise en œuvre, en particulier l'ampleur de la différence et la direction de l'entreprise Vers la position souhaitée.

Quant à la gestion stratégique, c'est le processus par lequel les défis concurrentiels auxquels l'organisation est confrontée sont identifiés, Il

peut être considéré sous cet angle comme le processus par lequel l'intégration et l'interdépendance sont réalisées La mission, les objectifs, les politiques et les pratiques de l'entreprise pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

4- Options stratégiques :

4-1- les stratégies ascendantes :

Solon Porter soutient que les avantages concurrentiels sont obtenus par des organisations compétentes Créer une valeur supérieure par rapport aux concurrents et que la façon de créer cette valeur est de réduire les tarifs Ou distinguer le produit d'une manière qui amène les consommateurs à lui donner plus de valeur et donc leur volonté d'acheter, ou En se concentrant sur un segment spécifique de consommateurs, cela peut être illustré comme suit:

4-1-1 Stratégie de coût le plus bas: l'organisation obtient un avantage concurrentiel grâce à la stratégie de coût ce dernier est atteint si l'entreprise exerce ses activités productrices de valeur à un coût inférieur aux coûts de ses concurrents. de cette manière, il pourra réduire les prix de ses produits par rapport à ses concurrents et ainsi motiver les consommateurs à Pour les acquérir et empêcher l'entrée de nouveaux concurrents dans le même secteur, l'accès à la stratégie la moins coûteuse nécessite connaître le statut de l'entreprise en analysant les coûts de toutes ses activités en fonction de la chaîne de valeur, là où elle le permet, ce dernier détermine les facteurs ou sources qui conduisent à la diminution ou à l'augmentation des coûts des activités qu'ils exercent l'entreprise, ainsi que la connaissance de certaines informations sur les chaînes de

valeur des concurrents, contribue à connaître les sources de réduction Le coût qu'ils ont, et comparez-le avec l'entreprise.

4-1-2- Stratégie de différenciation: l'établissement obtient un avantage concurrentiel en le distinguant de ses concurrents lorsque offrir un service ou un produit unique à un prix supérieur à l'offre normale que les clients achètent pour la valeur représentée dans (qualité supérieure, caractéristiques spécifiques au produit, services après-vente) ..., et en plus, la discrimination est autorisée Pour l'entreprise, en prenant un taux de frais généraux, cela lui permet d'obtenir des avantages équivalents à une large fidélisation des clients en périodes Retraite ou manque d'activité saisonnière.

4-1-3- Stratégie de concentration: l'organisation qui suit cette stratégie se concentre sur un groupe spécifique de Clients par partie de l'assortiment de produits dans un marché géographique spécifique, et en l'absence de stratégies de contrôle en termes de coûts et de différenciation face à chaque secteur, les stratégies de focalisation concernent un segment de clientèle spécifique pour offrir le meilleur. Nous distinguons deux types de cette stratégie:³⁰

- Stratégie de focalisation sur les coûts: c'est la recherche d'un avantage par coût sur le marché En concentrant les efforts sur un groupe qui a des besoins spéciaux, afin de réduire les coûts et le travail Au service de cette catégorie.
- Focus sur la stratégie de discrimination: à travers cette stratégie, l'entreprise cherche à distinguer Leurs produits ont été identifiés sur

³⁰ Muayad Saeed Salem, Bases de la gestion stratégique, DAR Wael Publishing House, Jordanie, 2005, p. 148

le marché qu'ils ont identifié et doivent donc créer de la valeur dans le produit qui justifie le prix et le choix élevés Un groupe spécifique comprend les dimensions de cette distinction.

4-2- Stratégies liées à la conduite du portefeuille d'activités:

Elles sont représentées dans les stratégies de spécialisation - diversification - Intégration - internationalisation - retraites.

4-2-1- Stratégies de spécialisation:

La spécialisation est une approche simple qui signifie se concentrer sur un seul produit ou marché C'est souvent la seule possibilité dont dispose l'entreprise. Cette stratégie est la mieux adaptée aux deux phases du lancement et la croissance à partir du cycle de vie, mais aux stades de maturité et de disparition, ils constituent une menace pour l'entreprise.

➤ *Les Avantages de la stratégie* de spécialisation sont :

- Profitez de l'impact de l'expérience.
- Évitez la dispersion des ressources
- Assurer un développement de carrière plus facile avec de plus grandes possibilités de contrôle.

➤ *Inconvénients de la stratégie* de spécialisation:

- Le risque de disparition ou d'échec dans le domaine d'activité stratégique.
- Le potentiel de créativité est faible (le travail de spécialisation est routinier et donc la capacité de créativité est diminuée.)
- Faible flexibilité et capacités d'adaptation limitées.

4-2-2- Stratégies de diversification:

Cette tendance de croissance et de développement repose sur l'abandon des politiques par l'entreprise Le produit et le marché que vous suivez afin de développer de nouveaux produits qui répondent aux besoins et aux besoins du marché Et les envies des acheteurs actuels et potentiels (introduire un nouvel assortiment de produits ou pénétrer de nouveaux marchés), Cette méthode peut prendre les formes suivantes:³¹

- ***Diversification des positionnés (liés)***: consiste à ajouter un nouveau produit lié aux principaux produits qui sont basés L'entreprise le produit et est considéré comme un produit complémentaire de la gamme de produits.
- ***La diversification de la décentralisation (non liée)*** :signifie l'ajout d'un nouveau produit qui n'a rien à voir avec le produit actuel Il repose sur des technologies différentes et répond à des besoins différents, cela signifie simplement entrer dans Nouvelle industrie (peut-être complémentaire à une industrie existante).

Parmi les justifications de la stratégie de diversification de l'entreprise figurent:

- Le manque d'attractivité du secteur industriel actuel et ses rares opportunités, qui obligent l'entreprise à se développer Nouveaux produits.
- La volonté de l'entreprise de croître, de s'étendre et de pénétrer de nouveaux marchés rentables.

³¹ Khalil Muhammad Hasan Al-Shamaa, Khudair Kazem Hammoud, La théorie de l'organisation, Dar Al Masirah, Jordanie, 2001, p362..

- Obtenir une meilleure utilisation de l'énergie inhérente à l'entreprise.
- La volonté de l'entreprise d'acquérir une expertise et des compétences dans d'autres domaines d'activités, surtout s'il s'agit d'un moi Pertinence par rapport à la profession de l'entreprise.
- La diversification conduit à la répartition des risques d'investissement sur un groupe d'activités, car elle rend l'entreprise Un portefeuille de produits avec différentes étapes de leur cycle de vie assure des flux de trésorerie, D'une part, il est continu, et il est autorisé à alimenter ses activités en état de dépression ou de détérioration, à travers d'autres activités En croissance ou en ayant un marché chaud.

4-2-3- Stratégies d'intégration:

l'intégration est une forme de diversification qui consiste à étendre les activités d'une entreprise à Sphères complémentaires aux activités existantes verticalement ou horizontalement, et prend les formes suivantes:³²

A-Stratégie d'intégration verticale: C'est l'une des stratégies fréquemment appliquées et il existe deux types d'intégration verticale Il y a une intégration frontale et une intégration arrière.

- **Intégration vers l'arrière:** cela signifie l'extension des activités de l'organisation vers les activités de ses fournisseurs.

³² Rahim Hussein, Stratégie de la Fondation, Maison Bahaa El-Din, Constantine-Algérie, 2008 p.143.

- **Intégration en avant:** est l'extension des activités de l'organisation aux activités des clients, distributeurs, transporteurs, Prestataires de service après-vente,... etc.

B - Stratégie d'intégration horizontale: elle est représentée dans l'entrée de l'établissement dans des domaines complémentaires et compétitifs en même temps pour les activités d'entreprise telles que la maintenance pour les constructeurs automobiles.

4-2-4- Stratégies d'internationalisation (ou globales) :

L'internationalisation ou la mondialisation signifie l'extension En dehors des frontières du pays d'origine de la société, y compris (stratégie d'exportation et investissement direct étranger), et cela est dû aux motifs suivants:

- Trouvez de nouveaux rabais sur les produits.
- Cycle de vie du produit.
- Proche des sources de matières premières.
- Existence de zones financières et fiscales attractives (zones de libre-échange - pas de barrières fiscales ou Financier - Faciliter l'investissement).

4-2-5- Stratégies de régression ou de déflation:

L'échec entraîne l'utilisation de cet ensemble d'alternatives Stratégie, et est considérée comme les alternatives les moins populaires, mais des

alternatives importantes dans ses circonstances. C'est la stratégie principale Nous rappelons :³³

A- Stratégies de réduction: Les stratégies de réduction consistent à réduire le volume et le coût des activités en cours tout en maintenant la maintenance Sur le même mélange d'activités. Parmi les justifications pour le suivre sont les suivantes:

- Des conditions économiques changeantes qui réduisent la demande de produits.
- Les capacités financières limitées qui nécessitent de réduire les dépenses inutiles.
- Lorsque l'organisation n'a pas de force concurrentielle, elle recourt à réduire d'autant la taille de certaines unités de travail Cela lui permet de se concentrer sur moins d'unités de travail mais est plus efficace et plus efficace.

B - Stratégie de récolte: c'est-à-dire suspendre l'investissement dans l'unité avant de la liquider afin de maximiser la liquidité à long terme Court et moyen, et si cette stratégie paraît acceptable en théorie, elle est faible en termes de Application pratique, lorsqu'il devient clair que l'unité adopte une stratégie de récolte, le moral et la confiance des employés de l'unité Ses clients et fournisseurs continuent d'opérer et leurs activités commencent à se détériorer, et si cela se produit, c'est ce qui arrive souvent une détérioration rapide des rendements unitaires peut rendre la stratégie inutile.

³³ Soma Ali Sulaitin, La gestion stratégique et son impact sur l'amélioration de la performance des organisations commerciales: une étude de terrain sur les organisations industrielles générales de la côte Al-Suri, Master en administration des affaires, Université de Tishreen, Lakdia, Syrie, 2006.

C- La stratégie de désinvestissement: il s'agit de vendre une ou plusieurs unités d'activité en cas d'opération au plus offrant. Il existe trois types d'investisseurs: les investisseurs indépendants sont généralement appelés la vente d'une part Activité pour eux - Spin off et autres organisations commerciales et gestion de l'unité commerciale à céder par vente La cession de l'unité et sa vente à sa direction est appelée contrôle administratif sur l'ensemble de la participation.

D- Stratégie commerciale: cela signifie laisser le projet hors du marché en transférant la propriété de l'ensemble du projet (en tant qu'unité de travail De manière intégrée) à une autre partie, et vous ne devriez pas recourir à la vente du projet à moins que cela ne soit pas possible de continuer le projet est en faillite, ou s'il existe des opportunités alternatives plus réussies que le projet actuel, ou en raison de la présence d'un acheteur Volonté de payer généreusement, et il existe plusieurs formes de vente du projet, y compris la vente par contrat ou via des obligations à long terme Terme.

4-3- Stratégies liées au développement de l'établissement: elles sont représentées dans les stratégies de croissance interne – croissance Externe – coopération.

4-3-1- Stratégies de croissance interne :

Dans la logique financier, la croissance interne est le réemploi des excédents la réalisation financière réalisée par l'établissement dans son activité d'exploitation ou d'investissement. Quant à la logique stratégique, elle est représentée par créer des entreprises pour de nouvelles capacités personnelles liées à la production, la distribution, l'approvisionnement ou d'une autre nature, comme la recherche et le développement, et ici il n'est

pas nécessaire que les éléments de croissance interne soient faits par l'entreprise elle-même, mais plutôt qu'il suffit d'être financé.³⁴

4-3-2- Stratégies de croissance externe:

La croissance externe est représentée dans le développement par l'entreprise de ses capacités et de ses énergies En recourant à des agents extérieurs, par acquisition, fusion ou partenariat, qui a lieu entre au moins deux établissements et est prise les formes suivantes:

- Transfert de propriété d'une entité existante qui engloutit ou fusionne.
- Prendre le contrôle en participant au capital.

Cette option est mise en œuvre sous une forme juridique suivie de procédures financières, et les formules juridiques sont:

- **Fusion:** désigne la formation d'une nouvelle entreprise à partir de deux entreprises précédentes, qui a lieu entre deux ou plusieurs entreprises.
- **Avaler:** C'est le transfert de tous les actifs de la Fondation (A) qui expirent complètement à la Société (B) qui Il demeure existant et de nouvelles actions sont émises aux actionnaires de la Société (A.)
- Transfert partiel d'actifs.

³⁴ Olivier. Torres, Ibid, page.62-64.

- Accords de coopération pouvant prendre la forme d'une coopération commerciale ou dans le domaine de la recherche et du développement.
- Les pools d'intérêts sont des entités créées entre des fondations pour veiller à leurs intérêts communs.

4-3-3- Stratégies de collaboration :

L'Enterprise qui fournissent le même produit ou appartiennent au même groupe La stratégie peut être les relations suivantes: concurrence, coopération, concurrence et autres activités de coopération, coopération en Recherche et développement, concurrence en marketing, concurrence en période d'expansion et coopération en période de crise. Le but de ceci la stratégie est de profiter des avantages de l'accord, afin de mutualiser les énergies, de bénéficier de compétences et de domaines Pouvoir aux partenaires afin d'obtenir les résultats souhaités pour toutes les parties, et les coentreprises sont très populaires Le domaine des projets internationaux grâce aux facilités financières, politiques et juridiques.

*Chapitre deux: Emplois de
l'entreprise économique*

Introduction:

Les fonctions d'un 'entreprise économique varient et diffèrent d'une entreprise à l'autre selon la nature de son activité (entreprise, Productivité, commercial, service, etc.), et en général les fonctions les plus importantes peuvent être résumées comme suit:

I : Fonctions Financière.

II: Les Ressources Humaines.

III: L'offre.

IV: La Production.

V: Marketing.

VI: Recherche et Développement.

VII : Gestion de la Qualité.

I : fonctions financière ((La finance)

Dans ce contexte, nous abordons le concept de fonction financière et ses tâches les plus importantes, puis le concept de financement et ses types, en gardant à l'esprit que La fonction financière est plus complète que la fonction financière.

1- Concept de la fonction financière:

Chaque entreprise, quelle que soit sa forme ou sa taille, doit exercer la fonction de financement et bien gérer ses fonds et ses actifs en conséquence, la fonction financière de l'entreprise est concernée par la gestion des sources de fonds dans l'entreprise et de leurs utilisations dans celle-ci.

Ainsi, la fonction financière est de gérer l'aspect financier de l'entreprise, ou ce qu'on appelle la gestion financière, et est utilisée Planifier, diriger, contrôler, allouer des fonds et des responsabilités ... etc. Cela dépend aussi de plusieurs Moyens de techniques de gestion à partir de l'analyse financière, méthodes et techniques de sélection des investissements, comptabilité programmation générale, analytique, statistique et linéaire entre autres.

2- Fonctions de la fonction financière:

Les fonctions de la fonction financière peuvent être identifiées comme suit:

- Déterminer les besoins financiers de l'entreprise à travers ses programmes, plans d'investissement et programmes de financement Et ses besoins quotidiens (planification financière).

- Etudier les possibilités d'obtenir ces fonds (étudier les sources de financement).
- Prendre la décision en choisissant les meilleures capacités qui permettent à l'entreprise de réaliser ses plans et activités, en tenant compte prenant en considération le facteur temps, quantité et coût.
- Essayer de choisir la combinaison financière appropriée qui permettrait d'obtenir le meilleur rendement au moindre coût.
- Utilisation, gestion et organisation appropriées de ces fonds grâce à une utilisation efficace, un bon investissement et un bon contrôle Sur son mouvement et sa circulation.

Les responsabilités les plus importantes de la fonction financière peuvent également être expliquées dans :

2-1- Planification financière: Il s'agit d'un type de planification qui se concentre sur la façon d'obtenir des fonds ses différentes sources et comment les investir pour tirer le meilleur parti de cet investissement. La planification financière joue un rôle majeur dans divers domaines, y compris la planification des ventes, la planification des bénéfices, la planification des investissements en capital, la planification du financement des ventes à terme, la planification du paiement des obligations à leur échéance, la planification pour obtenir les fonds nécessaires auprès de sources appropriées et en temps opportun.³⁵

2-2- Organisation financière: Elle est représentée en définissant les activités nécessaires au projet pour atteindre efficacement ses objectifs,

³⁵ Ziad Salim Ramadan, Fundamentals of Financial Management, Safaa Publishing and Distribution House, Amman, Jordanie, quatrième édition, 1997 p.222.

puis en répartissant et regroupant ces activités entre les personnes actives selon certaines bases représentatives de la spécialisation des emplois, et la structure organisationnelle de la situation financière varie d'un projet à l'autre en fonction du type et de la taille du secteur dans lequel il opère, de la nature de son activité et de son degré de complexité. .

2-3- Contrôle financier: La fonction de contrôle financier consiste à évaluer la performance de l'entreprise en la comparant aux plans établis afin de détecter les écarts et de les corriger, le directeur financier, lors de la réalisation de la planification financière, est tenu d'effectuer en concevant un système de contrôle financier qui lui permet de revoir la mise en œuvre réelle avec les plans établis, il est donc considéré comme le contrôle les finances relèvent de la compétence ou de la responsabilité du contrôleur financier dont la tâche principale est de superviser les comptes outre d'autres tâches.

3- Le concept de financement:

Le financement est défini comme «fournir les liquidités nécessaires pour établir ou développer un projet privé ou public, mais Considérer le financement comme l'obtention de fonds dans le but de les utiliser pour faire fonctionner ou développer le projet représente une vision traditionnelle, tandis que la vision moderne de celui-ci se concentre sur la détermination de la meilleure source de financement en différenciant plusieurs sources disponibles à travers une étude coûts-bénéfices.³⁶

³⁶ Ahmed Bouras, Financement des établissements économiques, Dar Al Uloom, Annaba, Algérie, 2008 p. 24.

4- Types de financement:

Les types de financement peuvent être considérés sous plusieurs aspects, dont les plus importants sont les suivants:

- ***Types de financement en termes de durée:*** financement court terme, financement moyen terme, financement long terme.
- ***Types de financement par source:*** autofinancement, financement extérieur.
- ***Types de financement selon la finalité*** pour laquelle il est utilisé: financement d'exploitation, financement d'investissement.

II: Les Ressources Humaines :

La fonction de l'entreprise dans le domaine de la gestion des ressources humaines est liée aux processus de mise à disposition, de qualification et de développement de la main-d'œuvre et les motiver à accomplir les tâches requises dans l'organisation, en plus de garantir les droits des travailleurs et de définir leurs devoirs et leurs responsabilités en construisant et en définissant les emplois requis dans l'organisation.

1- Le concept de gestion des ressources humaines :

La gestion des ressources humaines est définie comme: le service qui fournit la main-d'œuvre nécessaire à l'organisation Et les préserver, les former, les développer et travailler pour les stabiliser et leur remonter le moral, car cette administration est basée il assure également le suivi de la mise en œuvre des règlements, instructions et lois qu'il a participé à l'élaboration et approuvés par la direction générale en L'entreprise,

l'administration travaille également à la modifier de temps en temps en fonction de l'intérêt de l'entreprise et des travailleurs.³⁷

Quant au concept contemporain de la gestion des ressources humaines, il est considéré: Le processus que chaque manager doit effectuer Un cadre dans toute organisation, en commençant par déterminer les besoins futurs en main-d'œuvre, en quantité et en qualité, et en passant par En sélectionnant les meilleurs éléments avancés pour pourvoir les postes, en évaluant leurs performances, en déterminant leurs besoins de formation et en faisant les choses Concernant la proposition de promotion, la motivation, la discussion de leurs problèmes et le dialogue avec les responsables du Département des ressources humaines il est lié à ces aspects lorsqu'il a besoin de conseils et de conseils pour atteindre les objectifs de l'unité organisationnelle qu'il dirige.

La gestion des ressources humaines vise à réaliser le fonctionnement efficace de la composante humaine dans l'organisation et à réaliser Les règles pour une utilisation optimale de ceux-ci, et pour atteindre la satisfaction des employés avec le travail et donc, la fonction des ressources humaines en l'organisation cherche à créer un équilibre entre la capacité et le désir de travailler à travers les besoins de l'entreprise des effectifs, les développer, les préparer au travail, les employer, les employer au bon endroit, les motiver et les évaluer leur performance afin d'augmenter leur efficacité de production et ainsi atteindre les objectifs de l'entreprise à travers eux.

2- Les fonctions de la fonction de gestion des ressources humaines:
les plus importantes sont:³⁸

³⁷ M. Lescure (dir.), Le crédit inter-entreprises, Entreprises et Histoire, n° 77, décembre 2014.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

- Une estimation des besoins en main-d'œuvre de l'entreprise selon les spécialisations et les spécifications spécifiées dans une description Travaux.
- Déterminer les sources d'emploi de la main-d'œuvre en fonction des besoins de l'entreprise.
- Sélectionner des personnes pour travailler dans l'organisation et les distribuer aux entreprises selon la règle de la bonne personne à l'endroit approprié.
- Former, développer et qualifier les travailleurs dans les différents domaines d'activité de l'entreprise.
- Gestion des promotions, mutations, vacances, incentives, démissions, retraites, ... etc.
- Contrôlez et gérez les informations relatives aux employés et à leurs fichiers, gardez leurs archives et sauvegardez leur correspondance.
- Superviser les processus d'évaluation et d'évaluation de la performance des employés, les organiser et appliquer leurs exigences et procédures.
- Planifier le cheminement de carrière en planifiant les différents mouvements de carrière des employés de l'organisation surtout en ce qui concerne le transfert, la promotion et la formation.

³⁸ Samir Mohamed Abdel-Wahab, Leila Mostafa El-Baradei, Gestion des ressources humaines (nouveaux concepts, domaines et tendances), Centre d'études Conseil en administration publique, PARC Le Caire, 2007, p 14.

- Concevoir la structure salariale en déterminant la valeur et l'importance relative de chaque emploi, en déterminant sa rémunération et en attribuant des grades payés pour les emplois.

III: L'offre.

L'approvisionnement est considéré comme un ensemble de tâches et de processus signifie travailler pour fournir les différents éléments de l'inventaire obtenus de l'extérieur de l'organisation principalement, avec des quantités, des coûts et des qualités appropriés en fonction des programmes et des plans de l'entreprise, et cela signifie que économiser en achetant et en maintenant des articles en stock afin de mettre en œuvre les programmes liés à l'activité de l'entreprise, qu'il s'agisse de production ou de vente, d'où Il apparaît que la fonction de restauration comprend deux sous-fonctions: la fonction d'achat et la fonction de magasinage.

1- Définition d'une fonction de restauration:

Il peut être défini comme " un groupe de tâches et de processus, travaillant pour fournir divers éléments d'inventaire, «Obtenu de l'extérieur de l'entreprise, en quantités et qualités appropriées, selon les programmes et les plans de l'entreprise. »³⁹

Et ça s'arrête L'efficacité de la fonction de restauration comprend les éléments suivants:

- Minimiser au minimum les coûts d'approvisionnement (achat et stockage), grâce à la pression sur ses différentes composantes.

³⁹ Ghoul Farhat, Al-Wajeez fi Al-Maqtsat fi Al-Establishment, Première édition, Algérie, 2008, Dar Al-Khalidounia, p.139.

- Choisir la qualité appropriée pour les matériaux entrant dans l'entrepôt.
- Assurer la livraison en temps opportun du matériel nécessaire à l'entreprise.
- Fournir des conditions de stockage appropriées qui garantissent pendant un certain temps la sécurité des matériaux et des produits dans les entrepôts utilisez-le ou vendez-le.

-1-1- fonction d'achat:

1-1-1 Définition de la fonction d'achat: Il s'agit d'un processus visant à fournir des flux continus de matières premières, qu'elles soient ces matières sont des matières premières, transformées ou semi-finies, des machines, des équipements de production et d'autres sources appropriées Et dans la quantité qui couvre les besoins de l'entreprise, selon la qualité et les spécifications requises et le prix approprié dans le temps Et le bon endroit; que ce soit pour la consommation ou la production personnelle, ou l'intention de le revendre cette fonction est considérée comme l'une des fonctions de base de l'entreprise, car elle est liée à ses activités.⁴⁰

1-1-2 Importance de la fonction d'achat: L'importance de la fonction d'achat est due aux raisons suivantes :

- Sécuriser les besoins de l'organisation en divers matériaux pour s'assurer que les opérations de l'organisation ne sont pas interrompues.

⁴⁰ Hamad Rashid Al-Ghadeer, Département des achats et du stockage, deuxième édition, Zahran House, Amman, Jordanie, An 2000 p4.

- Ce département essaie de répondre à ses besoins aux coûts les plus bas possibles et de respecter la qualité appropriée Il peut rivaliser avec d'autres organisations et obtenir un avantage concurrentiel, garantissant ainsi une part appropriée du marché (Renforcer la position concurrentielle de l'entreprise.)
- Que le service des achats exécute le processus d'achat avec l'efficacité appropriée reflète positivement l'efficacité du service de production ce dernier aura le matériel dont vous avez besoin dans la bonne quantité et la bonne qualité ... etc.
- Le service des achats limite l'exagération des autres services de l'organisation, en particulier ceux qui utilisent des matériaux En grandes quantités, si cette exagération de la demande de grandes quantités de matériaux dépassant leur besoin Réelle, ou en termes de qualité, toute demande de matériaux de haute spécification, qui peut se refléter dans les coûts le haut qui sera supporté par l'organisation.

1-1-3 Les Tâches de la fonction d'achat :

Elle comprend plusieurs tâches qui peuvent être regroupées comme suit:

- **Déterminer les besoins d'approvisionnement:** Les besoins alimentaires sont déterminés à partir du programme de production ou Ventes selon le type de production ou d'entreprise commerciale, et grâce à ces programmes, le programme de restauration est déterminé.
- **Sélection du ou des fournisseurs appropriés:** Après avoir déterminé les besoins d'approvisionnement, les responsables du service des achats

Le processus de recherche des sources d'approvisionnement après les avoir informés des quantités, qualités et spécifications des matériaux Nécessaire pour répondre aux besoins des activités de production et de vente, et la recherche du fournisseur approprié se fait à travers plusieurs processus, y compris les demandes de documents indiquant les spécifications, les modalités de livraison et les conditions de celles-ci auprès des fournisseurs, en présence de leurs salons, voir les conditions du plus grand nombre de fournisseurs ... etc.

- **Déterminer les méthodes d'achat ou d'approvisionnement appropriées:** Il est de la responsabilité du service des achats de déterminer la meilleure méthode d'approvisionnement que ce soit sous la forme de commandes continues ou régulières du même fournisseur ou de fournisseurs différents, avec clarification conditions de transport, paiement, prix, marques ... etc.
- **Soumettre les commandes aux fournisseurs et les suivre:** La soumission des commandes aux fins d'achat ne se fait pas séparément Départements de stockage, où lorsque l'inventaire atteint un certain niveau, le service des achats est averti du lancement le processus d'achat en soumettant une nouvelle commande, et lors de la soumission des commandes, il est suivi en termes de son arrivée dans le temps approprié au fournisseur et à l'étendue de son intérêt pour celui-ci et mise en œuvre directe.
- **Contrôle des matériaux entrants:** Lorsque la commande arrive à l'établissement, le service achats surveille les marchandises et les matériaux et l'étendue des spécifications et de la quantité correspondantes ... etc.

-1-2- fonction de stockage:

1-2-1 Définition de la fonction de stockage: C'est le processus de conservation des matériaux pendant un certain temps, de les préserver et de les fournir le moment où cela est nécessaire et le stockage comprend le stockage des exigences et des exigences de production, des matières premières et du produit final.

Nous concluons de cette définition que l'activité d'entreposage comprend deux tâches principales:

- **La rétention:** c'est un processus lié au facteur temps, qui est le stockage en soi à partir de l'arrivée des matériaux. Et les marchandises seront stockées jusqu'au moment où elles quittent les magasins.
- **Conservation:** Préserver les matériaux dans leur état signifie assurer des conditions de stockage adéquates, afin que ces matériaux soient préservés de la corruption, des dommages, du vol, du feu, ... etc.

1-2-2 Raisons de stockage: Il existe plusieurs raisons pour lesquelles l'établissement a recours au stockage:⁴¹

- ✓ Stockage dans le but de protéger les produits contre le vol ou l'endommagement lorsque les produits ne sont pas vendus ou Jusqu'à respecter les délais.

⁴¹ Omar sakri, Ibid, p85.

- ✓ Stockage afin d'obtenir les matériaux et les besoins de production et l'approvisionnement aux prix les plus bas et d'éviter d'obtenir Il a un moment où ses prix augmentent.
- ✓ S'assurer que certains matériels saisonniers sont disponibles à certains moments afin de ne pas être suspendus ou arrêtés Processus productif.
- ✓ Stockage dans le but de réaliser des économies économiques en achetant en grandes quantités et en utilisant De la réduction des achats en grande quantité ou en raison de la réduction des coûts de transport, d'expédition et de réception.
- ✓ Stockage afin de fournir aux différents services ce dont ils ont besoin dans les délais impartis.
- ✓ Stockage à des fins de spéculation, c'est-à-dire acheter des matériaux à bas prix afin de les revendre parfois Leurs prix élevés.
- ✓ Stockage au profit d'autrui et dont le but est de louer et de louer le magasin ou son espace à des tiers.

2- Tâches de la fonction de stockage:

Les responsabilités de la fonction d'entreposage sont multiples que nous expliquerons brièvement. Voici les plus importants Responsabilités généralement assignées à un travail d'entreposage:

- **Reçu:** c'est l'acceptation du besoin acheté pour l'organisation en termes de matériaux, pièces, outils, équipements, etc., après examen Et assurez-vous de leur qualité et de leurs spécifications par le service d'inspection, et apportez-les en magasin.

- **Codage:** Il s'agit d'une méthode permettant de distinguer les matériaux, les pièces et les engins les uns des autres, à des fins de circulation la procédure se fait en utilisant le nombre, la lettre ou les symboles pour les désigner ou en les mélangeant tous ensemble et pour un processus le codage présente de nombreux avantages.
- **Décaissement des stocks:** La fonction d'entreposage (gestion) reçoit en permanence des demandes de matériel, de pièces de rechange, Équipement ... etc, des départements de production ou d'autres départements de l'organisation où vous traitez le contenu ces commandes sont envoyées au demandeur.
- **Suivi des stocks et notification d'achat:** la fonction stockage doit alerter la fonction achats de la présence pénurie de stock et travail pour répondre aux besoins le plus rapidement possible.
- **Protection des stocks:** c'est le processus de conservation des matériaux et articles stockés dans leur état jusqu'à ce qu'ils soient demandés, et ce cela signifie créer des conditions appropriées pour le stockage telles qu'une bonne ventilation, empêcher l'humidité ou fournir de la chaleur certain ... afin de maintenir la qualité du stock selon les spécifications spécifiées pendant la plus longue période possible, et protégez-le des dangers de dommages et autres dangers.
- **Comptabilité des stocks:** Il est destiné à tenir des registres comptables, dans lesquels le mouvement des stocks est enregistré et enregistré (Entrant et sortant du contenu stocké) dans le but de les documenter et de connaître le solde de chaque article.

1-2-4- Stock d'avertissement (minimum) et stock de garantie (sécurité):

Afin de terminer le processus de commande, le service des stocks envoie une notification (recommande) lorsque la quantité en stock reste suffisant uniquement pour une utilisation dans la période comprise entre l'envoi de la commande au fournisseur et la date à laquelle elle a été livrée à l'établissement (quel c'est ce qu'on appelle le délai d'attente), et donc la détermination de la quantité minimale de stock nécessite de connaître la consommation moyenne journalière et la durée moyenne de la commande.⁴²

Quantité d'inventaire minimale = Consommation quotidienne moyenne * Durée moyenne d'une commande

Cependant, pendant la période d'attente, certains problèmes peuvent survenir qui ne sont pas pris en compte (augmentation du taux de consommation l'augmentation journalière du délai de suspension par le fournisseur, le transport, ou ..., ou vice versa, avant l'arrivée de la commande le temps spécifié, ce qui augmente les coûts de stockage) et pour éviter ces questions qui coûtent à l'entreprise de déterminer ce On l'appelle le stock de sécurité afin de couvrir le déficit éventuel au cours de cette période, et il est généralement déterminé par la probabilité d'une augmentation amortissement ou retard dans la commande, si par exemple la probabilité de la période d'amortissement est supérieure au taux normal pendant la période L'attente est de 22%, et c'est:

Stock de garantie = Stock minimum * 0.25

⁴² Nasser Dadi adoun, Ibid, p324.

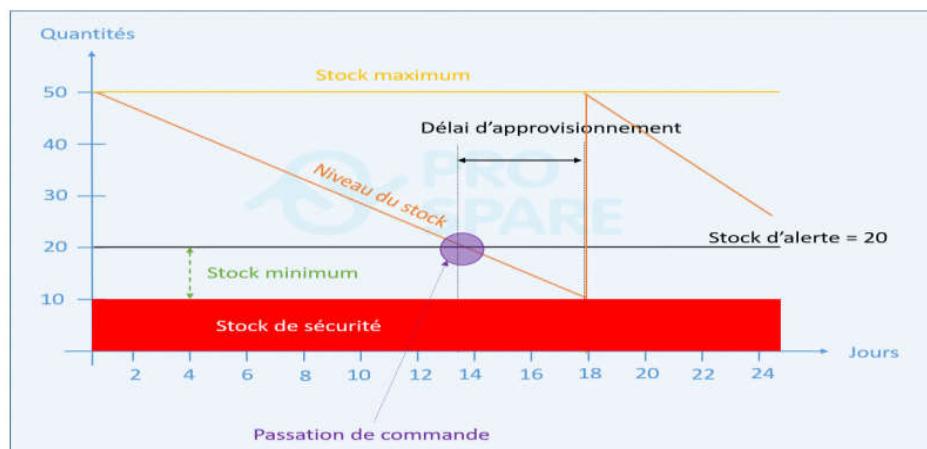
ECONOMIE D'ENTREPRISE

L'entreprise chargée de déterminer le meilleur stock de sécurité compare le coût supplémentaire de maintenance du stock garantie et coût de panne possible, chacun comprenant une combinaison d'éléments :

- ❖ Le coût de conservation des stocks comprend un certain nombre d'éléments (le coût de conservation des stocks après Salaires, assurances, ventilation, ..., ainsi que le coût d'opportunité du capital investi dans les stocks et les coûts possibilité de dommages, pieds ... etc.)
- ❖ Quant au coût de rupture de stock, le plus important est le coût résultant de l'arrêt des bénéfices ou de la baisse des bénéfices à Arrêt, perte de parts de marché, coûts des facteurs de production sans compensation ni production ... etc.

Lors de la détermination du stock de sécurité et du stock minimum, l'organisation peut travailler dans une sorte de confort et peut représenter l'état de consommation de stock avec la présence des deux types selon la forme :

Figure n ° (05): Stock de sécurité et stock minimum



Source : http://public.iutenligne.net/gestion/gestion-previsionnelle/antraigue_januario

1-2-5- Évaluation des stocks :

Les stocks sont évalués afin de connaître leurs coûts d'entrée, les coûts de sortie et quels Il contribue à déterminer le résultat net et final de l'organisation et ce processus se fait comme suit :

1-2-5-1 Évaluation des intrants: les intrants sont évalués comme suit:

A- Achats de biens, matériels et fournitures: le coût d'achat est évalué en dehors des honoraires:

**Coût d'achat en dehors des frais = prix d'achat + frais d'achat
(transfert-expédition-assurance) – remises Commercial.**

B- Produits finis: évalués à leur coût de fabrication:

**Coût de fabrication = coût d'achat des matériaux et fournitures
usagés + dépenses directes et indirectes**

1-2-5-2 Évaluation des extrants: Quant aux intrants, il n'y a pas de problème, mais le problème est dans l'évaluation des extrants ce qui consiste à déterminer le prix approprié pour la sortie en raison de la différence de prix d'achat des intrants le matériel, qui est dû à plusieurs raisons, notamment: différents fournisseurs en termes de prix, de transport, d'expédition, ... etc.

Afin de résoudre le problème, nous adoptons plusieurs méthodes pour évaluer ces extrants, notamment:

A- Méthode du coût moyen pondéré: Cette méthode est basée sur la valorisation du stock de matières premières selon les prix moyens sont selon la relation suivante :

Méthode du coût moyen pondéré = Coût du matériel (valeur)/Nombre d'unités (quantité)

B- La méthode du premier entré, premier sorti: (FIFO: premier entré, premier sorti) : Cette méthode est basée sur le principe de sortie Matériel en stock au prix des premiers achats reçus.

C- La méthode du dernier entré premier sorti: (LIFO: dernier entré premier sorti) : Cette méthode suppose que les articles qui arrivent en dernier sont ceux qui sortent en premier, ce qui signifie que les quantités en magasin sont dépensées pour un autre Quantités entrantes pour l'entrepôt (dernières quantités achetées).

1-2-6- Contrôle des stocks:

Ce que l'on entend par contrôle des stocks est l'existence d'un système élaboré concernant un processus de stockage et la possibilité de le contrôler, et le contrôle s'incarne dans les différentes mesures prises pour maintenir les niveaux de commodité en rupture de stock. Afin de matérialiser le processus de contrôle, plusieurs méthodes ont été adoptées par l'établissement, dont:

1-2-6-1 Inventaire des stocks: signifie l'examen régulier des quantités d'inventaire de divers articles et de la cible il s'agit de s'assurer de l'exactitude de ce qui est contenu dans les registres et livres (les livres d'inventaire et d'achats et les livres de Finance et comptabilité) avec ce qui se trouve réellement dans les magasins et en s'assurant de leur présence en termes de quantité et de qualité, Il existe deux types d'inventaire :

A - Inventaire comptable: ce que signifie l'appariement des soldes comptables entre les registres de l'entrepôt en termes de soldes et de valeurs Et les registres détenus par le service financier.

B - L'inventaire réel: c'est le processus réel de comptage des matériaux déjà en magasin et de leur enregistrement dans des listes Pour les faire correspondre avec des enregistrements en termes de quantité et de qualité, car ce processus est effectué avec la vue réelle du stock Et ses disques.

1-2-6-2- Carte d'objet (carte de contrôle de stock)

Cette carte est préparée pour chaque article En stock dans le but de suivre les mouvements entrants et sortants de chaque article, le solde restant étant affiché après chaque cas.

1-2-6-3- Taux de rotation des stocks:

Le taux de rotation de chaque stock est calculé puis comparé aux taux de rotation Norme pour ce type d'entrepôt et pour cet article afin d'identifier d'éventuelles différences et d'analyser Ses causes.

Taux de rotation des stocks= Utiliser la taille de la variété/ Inventaire moyen

Inventaire moyen= (Stock en début de période + stock en fin de période)/2

Un taux plus élevé signifie une augmentation du taux d'investissement en capital investi dans ce stock, et une augmentation de ce taux signifie également que le stock est en rupture de stock et diminue.

1-2-7- Coûts associés à l'inventaire :

Certains peuvent percevoir l'inventaire comme une aide à la production par conséquent, la plus grande quantité d'inventaire doit être fournie, mais ce n'est pas vrai car de nombreux coûts sont associés. Avec l'inventaire, il doit être soigneusement étudié pour savoir comment gérer l'inventaire en termes de quantité et de temps d'approvisionnement, nous le mentionnons ci-dessous :

A- Le coût de l'émission d'une commande d'approvisionnement: Lors de l'émission d'une commande d'approvisionnement, nous prenons en charge certains coûts liés à la commande d'approvisionnement outre le prix de la marchandise que nous achetons, ces coûts comprennent les coûts de main-d'œuvre qui travaille pendant plusieurs heures ou jours pour déterminer un cahier des charges, émettre un appel d'offres, l'étudier, communiquer avec les fournisseurs, etc., nous pouvons également prendre en charge les frais de transport. Frais d'assurance et frais d'examen.

B- Le coût du gel du capital: L'argent avec lequel nous achetons des stocks est de l'argent gelé, c'est-à-dire non investi lorsque nous avons des actions d'une valeur d'environ dix mille dinars, cela signifie que nous avons dix mille dinars n'est pas profit investi, c'est-à-dire ne pas générer, en plus de cela, ce stock est la raison de réduire la trésorerie disponible par égal valeur d'inventaire, ce coût augmente avec l'augmentation de la valeur d'inventaire.

C- Coût de stockage: Afin que nous puissions stocker des pièces de rechange, des matières premières ou des produits finis, nous engageons un coût stockage, ce coût comprend le loyer de l'entrepôt, le coût de la main-d'œuvre supervisant le stockage, le coût de l'éclairage et des

installations le transport à l'intérieur de l'entrepôt et les frais de maintien du stock en bon état tels que le chauffage ou le refroidissement ou autres. Le coût augmente avec l'augmentation des stocks.

D- Le coût de la dépréciation ou de l'obsolescence de l'inventaire: l'inventaire peut subir des dommages dus à un stockage prolongé ou à un mauvais stockage l'inventaire vieillit, ce qui le rend inutile. Ce coût est parfois appelé coût du risque. Ce coût est élevé dans certains types de stocks comme les aliments et les produits associés à un développement technologique rapide et des produits associés à une évolution rapide des goûts.

E- Le coût de rupture de stock: lorsque le client demande un produit et que nous ne pouvons pas répondre à sa demande en raison de la rupture de stock du produit dans le stock final ou le stock de certaines matières premières, nous perdons en fait les bénéfices que nous aurions pu réaliser, en plus de plus, le manque de disponibilité du produit peut amener le client à se tourner vers d'autres concurrents et à ne pas revenir en affaires avec nous, en certains cas, nous pouvons être en mesure de répondre à la demande du client, mais le client est obligé d'attendre que sa demande soit fournie provoque le mécontentement des clients à l'égard de nos services, ce qui affecte notre réputation et nos ventes futures; Dans certaines les cas peuvent être contraints de payer une amende de retard au client, et nous pouvons recourir à la fourniture urgente de certaines matières premières, ce qui entraîne comme nous supportons un coût plus élevé, ces coûts augmentent avec le nombre de clients dont nous ne pouvons pas répondre aux demandes ou qui ne peuvent pas répondre nous tardons à répondre à leurs demandes.

F - Le coût de l'inefficacité dans le processus de production: la disponibilité du stock fait oublier les erreurs dans le processus Productivité et ne pas analyser sérieusement les problèmes pour éliminer leurs racines, lorsque les erreurs entraînent des retards de réponse les demandes des clients, ces erreurs sont prises en compte et tentent de les éliminer; Quant à quand nous avons beaucoup de Stocks de matières premières, produits semi-finis et produits finis, les problèmes de production n'apparaissent pas Surface parce qu'ils ne sont que des déchets mais qu'ils ne retardent pas la satisfaction des demandes des clients, cela se produit également dans les problèmes de maintenance, lorsqu'un problème survient et se reproduit, et nous avons un stock important de pièces détachées à répondre ce problème récurrent, le problème ne reçoit pas suffisamment d'attention car le processus de production ne s'est pas arrêté; Quant à quand le stock est petit, tout problème reçoit une grande attention car tout problème entraînera l'arrêt de la production; Ainsi que les ouvriers sont plus prudents lorsqu'ils savent que le stock dont ils disposent est limité, c'est une chose Piliers de la politique de réduction des pertes, juste à temps Ce coût augmente à mesure que le volume d'inventaire dépasse le volume le nécessaire.

IV: La Production.

La fonction de production est la fonction de base de l'entreprise productive, car nous traitons dans ce contexte le concept de production, Activité productive, gestion de la production, ainsi que méthodes de production.

1- Concept de production:

Selon la théorie économique moderne qui croit que la production n'est pas la création de matière mais plutôt la création d'un avantage, ou l'ajout d'un avantage Nouveau, signifiant la création de nouvelles utilisations qui n'étaient pas connues auparavant, et donc ce terme peut être il est appelé comme suit:⁴³

- Ces processus qui modifient la forme de la matière pour la rendre apte à la satisfaction d'un besoin (utilité formelle);
- Transferts d'un endroit où l'utilité de la chose est réduite à un endroit où l'utilité augmente sans changer de forme (Avantage spatial);
- Opérations d'entreposage, où le stockage ajoute une utilité à la marchandise (utilité du temps);
- Toutes les formes de production «immatérielle» appelées services.

La production est également définie comme: le processus de transfert des intrants (à partir de matières premières, ou de matériaux semi-finis ou complets Fabrication) fait référence aux extrants sous forme de biens et de services qui répondent aux besoins de l'individu et de la société, car seul le changement L'enveloppe du matériau fini est un processus de production.

2- Activité productive:

⁴³ Kasser Nasr Al-Mansour, «Gestion de la production et des opérations», Maison d'édition et de distribution Hamed, Amman, 2000 p25.

L'activité productive est l'activité principale des organisations économiques en général et des organisations industrielles. En particulier, c'est l'un des sujets les plus importants traités par la direction aujourd'hui, en plus de l'activité marketing.

L'activité productive est définie comme: «l'activité organisée et dirigée pour utiliser les ressources disponibles et les diriger vers la production de produits et de nouveaux services qui répondent aux besoins humains. »⁴⁴. Cette définition de l'activité productive comporte divers concepts, à savoir Économique, social et opérationnel:

- ***Le concept économique:*** il utilise les éléments de production en un lieu et dans un temps pour obtenir la production.
- ***Le concept social:*** l'un des fondements du développement social, économique et politique.
- ***Le concept opérationnel:*** base d'une opération technique qui vise à convertir les matières premières en biens et services à travers le soumettre à différents processus, méthodes et méthodes pratiques.

3- Gestion de la production:

1-3 Le concept de gestion de la production: La direction de la production prend en charge les aspects de planification et de direction de l'activité de production de l'entreprise.

Et le gérer grâce à une exploitation économique optimale des éléments matériels disponibles et en augmentant le niveau d'efficacité exploitation en réduisant le temps perdu, le gaspillage et le gaspillage

⁴⁴ Kasser Nasr Al-Mansour, Ibid, p26.

afin d'atteindre les objectifs de l'entreprise de la meilleure façon et de la manière la moins coûteuse et fidèle les limites des possibilités disponibles dans le but d'atteindre la productivité la plus élevée possible, en tenant compte du niveau de qualité obligatoire.

2-3 Responsabilités de la gestion de la production:

La responsabilité du service de production est la suivante:

- ***Conception du produit:*** c'est l'élément le plus important lié aux décisions de gestion de la production, c'est-à-dire préparer toutes les questions de performance fabriquer un produit de haute qualité au coût le plus bas possible.
- ***Planification énergétique et conception du travail:*** c'est-à-dire la question de savoir comment et combien le produit sera fabriqué L'énergie nécessaire pour cela.
- ***Sélection des sites et aménagement des énergies et des installations:*** c'est-à-dire sélection du site du projet et planification des sites énergies (Matériel, machinerie, chantiers, ...) à l'intérieur des ateliers.
- ***Qualité du produit:*** influencée par la conception du produit et les types d'équipement et les méthodes dérivées de la production.

3-3 Activités de gestion de la production:

Il est limité aux éléments suivants:

- ***Planification de la production:*** elle est définie comme «déterminer les objectifs partiels et finaux que l'entreprise cherche à atteindre». Déterminez ensuite les capacités, les ressources, le travail nécessaire et la

période de temps nécessaire pour la succession des opérations et l'achèvement des travaux Atteindre ainsi les objectifs fixés.

- **Organisation de la production:** désigne la définition des activités nécessaires pour atteindre les objectifs du processus de planification et donc la segmentation les différentes tâches sont décrites et analysées, puis regroupées.
- **Contrôle de la production:** l'ensemble des règles et procédures visant à coordonner la performance des ressources productivité disponible et réalisation des plus hauts niveaux d'efficacité de production.

3-4- Méthodes de production:

Il existe deux types de méthodes de production: la production continue et la production discontinue.

3-4-1- Production continue: C'est une production typique dans ses extrants et peut être typique dans ses intrants, Spécialisé ou en lignes de production. Et nous entendons par production typique qu'elle a les mêmes dimensions et caractéristiques pendant la période productivité, c'est-à-dire les mêmes mesures et la même qualité, la même forme et la même spécialité. Cela peut être typique pour Entrées Toutes les entrées différentes, telles que le cuir véritable, le cuir artificiel pour fabriquer des chaussures homogènes, c'est-à-dire les mêmes La forme, les mêmes échelles, mais pas la même qualité; De plus, si l'une des étapes de production s'arrêtait, cela conduisait à l'arrêt du processus de production. La production continue est divisée en deux types :

A- Production continue fonctionnelle: c'est la production continue qui existe comme maillon d'une chaîne de production au sein de

l'établissement, ou En tant qu'étape entre un groupe d'entreprises, chacune agit comme source et comme aval, et la particularité est qu'elle est utilisée dans Travail spécifique.

3-4-2- Production intermittente: C'est une production atypique dans sa production, et elle n'est produite qu'après avoir spécifié les spécifications, Te D'un client ou d'un consommateur direct; Cela peut être typique d'une entrée; Ce que cela signifie, c'est que ce n'est pas typique de Ses sorties, que ses sorties diffèrent par la forme, le type et la spécialisation selon les goûts des consommateurs et selon leur demande, et à son tour est divisée en deux parties:

A- Produire des lots de demande répétés: c'est une production discontinue qui est typique dans ses intrants, et atypique dans ses extrants, sous réserve de Pour les spécifications fournies par le client, et la particularité est qu'il produit des paiements selon les caractéristiques requises ou Spécifications demandées par le client; La condition principale pour l'utiliser est de changer les spécifications d'un client à un autre, ce qui est Une condition objective et nécessaire, et elle peut être inutile, car les machines qui produisent une production intermittente sont des machines inutiles spécialisé, et la raison du changement n'est pas dans les spécifications mais dans le nombre de machines; la solution est de réduire le nombre de produits ou d'augmenter le nombre de machines. L'établissement peut avoir plusieurs produits et est limité en les magasins commencent à changer de production, et la seule raison objective est de changer les spécifications et la solution réside dans la production paiements récurrents pour le stockage.

B- Produire des lots répétés pour l'entreposage: Si la raison était que l'établissement produisait des lots répétés de demande Subjective (sans changement des spécifications), l'entreprise déplace la production vers la production de lots de stockage fréquents.

Il doit soit allouer du temps ou des machines ou des entrepôts pour produire des lots répétés pour le stockage, comme l'industrie du vêtement (Selon les saisons), nous utilisons alors une production continue pendant la saison, et une production intermittente pendant l'année, et ceci pour éviter Problèmes de stockage et temps perdu.

B- Production non fonctionnelle et continue: c'est un produit orienté vers la consommation directe et soumis aux déterminants de la demande Prix des produits de base, prix des produits de base compétitifs, goûts et comportement Production intermittente: C'est une production atypique dans sa production, et elle n'est produite qu'après avoir spécifié les spécifications.

Te D'un client ou d'un consommateur direct; Cela peut être typique d'une entrée; Ce que cela signifie, c'est que ce n'est pas typique de Ses sorties, que ses sorties diffèrent par la forme, le type et la spécialisation selon les goûts des consommateurs et selon Leur demande, et à son tour est divisée en deux parties:

A- Produire des lots de demande répétés: c'est une production discontinue qui est typique dans ses intrants, et atypique dans ses extrants, sous réserve de Pour les spécifications fournies par le client, et la particularité est qu'il produit des paiements selon les caractéristiques requises ou Spécifications demandées par le client; La condition principale pour l'utiliser est de changer les spécifications d'un client à un

autre, ce qui est une condition objective et nécessaire, et elle peut être inutile, car les machines qui produisent une production intermittente sont des machines inutiles Spécialisé, et la raison du changement n'est pas dans les spécifications mais dans le nombre de machines;

La solution est de réduire le nombre de produits ou d'augmenter le nombre de machines. L'établissement peut avoir plusieurs produits et est limité en les magasins commencent à changer de production, et la seule raison objective est de changer les spécifications et la solution réside dans la production paiements récurrents pour le stockage.

B- Produire des lots répétés pour l'entreposage: Si la raison était que l'établissement produisait des lots répétés de demande subjective (sans changement des spécifications), l'entreprise déplace la production vers la production de lots de stockage fréquents.

Il doit soit allouer du temps ou des machines ou des entrepôts pour produire des lots répétés pour le stockage, comme l'industrie du vêtement. (Selon les saisons), nous utilisons alors une production continue pendant la saison, et une production intermittente pendant l'année, et ceci pour éviter problèmes de stockage et temps perdus des consommateurs, ... tels que l'industrie alimentaire, l'industrie Cuir ... etc.

V: Marketing

La fonction marketing est l'un des emplois contemporains les plus importants qui ont joué un rôle fondamental dans l'expansion de nombreuses entreprises Dans un autre cas, il était auparavant limité à l'activité de vente uniquement et était inclus sous le nom de la fonction commerciale et après D'autres activités s'y sont ajoutées, appelées «marketing». Nous traitons dans ce contexte l'émergence d'un métier le

marketing, son concept, les éléments du marketing mix, le système d'information marketing et la recherche marketing, ainsi que les concepts Autre en marketing.

1- L'émergence de la fonction marketing:

Les activités de marketing n'étaient pas ce qu'elles sont à l'heure actuelle, mais ont traversé de nombreuses étapes de développement Il est lié au développement technologique, économique, social et à d'autres facteurs, et les étapes suivantes sont les plus importantes passez par le marketing:

1-1- La phase de focalisation sur la production: Cette phase a été caractérisée par une faible production - peu de produits de base - et une forte demande. Comme les consommateurs achetaient tout ce qui leur était offert en raison du manque de production et du manque d'autres options devant eux, Ainsi, les entreprises n'ont rencontré aucun problème avec le déchargement des produits et, par conséquent, les efforts ont été uniquement dirigés vers l'augmentation Production.⁴⁵

1-2- La phase de focalisation sur la vente: après les progrès technologiques et industriels importants dont le monde a été témoin en matière de Méthodes et techniques de production Les marchés sont devenus pleins de biens et de services, et la motivation du profit est devenue attractive pour tous Entreprises en raison de la présence de consommateurs désireux et capables d'acheter, les efforts ont été concentrés durant cette période sur Vendre tout ce qui était produit et la fonction de vente était considérée comme le cœur et la base de

⁴⁵ Zakaria Azzam, Abdul Basit Hassouna, Mustafa Al-Sheikh, Principes du marketing moderne entre théorie et pratique, Dar Al-Masirah, Amman, 2008, p28.

l'entreprise, et la fonction de vente bénéficiait d'un excellent soutien. Et activités de vente.

1-3- L'étape de mise au point sur le marketing (orientation vers le marketing): à la lumière des évolutions rapides de chaque les champs, l'intensification de la concurrence et l'augmentation de l'offre. Les entreprises ont compris la nécessité de s'orienter vers la production de ce qui peut être vendu ce concept l'a amenée à aller vers le consommateur, à étudier ses besoins et ses envies et à travailler pour y répondre, ce qui l'a incité entreprises pour créer un nouveau département dans la structure organisationnelle appelé le département marketing, et il est placé sur ce L'administration a de nombreuses activités, notamment: Réaliser des études marketing et s'intéresser aux activités de produits, de prix et de promotion Et la distribution.

2- Concept de marketing:

kotler a définit le marketing comme: les processus d'analyse, de planification, de mise en œuvre et de contrôle des programmes conçus pour réaliser l'échange Souhaitable avec les clients -clients-(consommateurs industriels et consommateurs finaux), et dans le but d'atteindre Les gains individuels ou collectifs et ces opérations dépendent principalement de la préparation de la marchandise, du prix, de la promotion et du lieu, et la coordination entre eux pour obtenir la réponse souhaitée; Pour le kotler, le client est au centre de l'activité marketing à travers son célèbre dicton: »« Le client c'est le roi comme le savait l'American Society Marketing signifie «planifier et exécuter les processus de développement, de tarification, de promotion et de

distribution de biens et services en vue de». Créer des échanges qui atteignent les objectifs des individus et des entreprises. »

Ainsi, le marketing moderne se concentre de plus en plus sur le consommateur comme objectif sur lequel les activités sont basées Marketing, qui comprend l'identification des besoins et des désirs des consommateurs et leur compréhension à la lumière des capacités de l'entreprise, puis leur définition leurs spécialistes pour concevoir ou fabriquer des produits en fonction des besoins qui ont été identifiés puis les livrer à Le consommateur et ce processus dépend des éléments du marketing mix.

3- Éléments du mix marketing :

Le marketing mix désigne l'ensemble des plans, politiques et processus que la gestion du marketing pratique avec un objectif satisfaire les besoins des consommateurs et réaliser des bénéfices pour l'entreprise, et que cette combinaison comprend quatre groupes de politiques Le projet principal, qui est représenté dans le produit, le prix, la distribution et la promotion, ou ce que l'on appelle «le le 4 p» et l'un de ces groupes est produit, le prix, la distribution, et la promotion Les quatre affectent et sont affectés par l'un des autres (de sorte que toute modification de l'un d'eux affecte la somme des polices Autre dans le mix).⁴⁶

3-1- Produit: Un produit peut être un bien ou un service. Un produit est défini comme l'ensemble des caractéristiques et caractéristiques tangibles et intangibles qui le distinguent ou lui sont associés grâce à quoi les besoins et les désirs des consommateurs sont satisfaits; Quant au service,

⁴⁶ http://www.francais.cci-paris-idf.fr/wp-content/uploads/downloads/2011/10/marketing_mix.pdf
consulté le 13/02/2020.

il est défini comme des aspects d'activité Immatériel, visant à satisfaire les besoins et les désirs du consommateur final ou de l'acheteur industriel en échange d'un paiement une certaine somme d'argent à condition que la fourniture de ces services ne s'accompagne pas de la vente d'autres biens.

3-2- Prix: le prix est défini comme «la valeur ou les unités monétaires que le consommateur paie pour le vendeur du bien ou du service Pour obtenir une rencontre.

3-3- Promotion: La promotion est définie comme «l'ensemble des activités conçues pour influencer les consommateurs dans le but de les motiver à l'achat de biens ou de services de l'organisation. »L'activité de promotion comprend un ensemble d'activités intégrées appelées le mix promo à savoir: publicité, vente personnelle, publicité, relations publiques et activation des ventes.

4- Système d'information marketing et recherche marketing :

Prendre des décisions de marketing pour l'organisation nécessite qu'il y ait un système d'information sur lequel on peut s'appuyer pour étudier et identifier le problème et les alternatives disponibles pour l'entreprise, et choisir l'alternative appropriée pour résoudre le problème ou Optimiser l'opportunité en utilisant les résultats des études de marché. Un système d'information a vu le jour Méthode marketing pour résoudre les problèmes liés à l'information (manque, absence, difficulté à la collecter... etc), car elle est considérée comme une méthode Il permet aux responsables marketing d'obtenir des informations le plus rapidement possible et permet à l'organisation de suivre Et surveillez l'environnement dans lequel vous vivez (juridique, technologique, économique, concurrentiel, etc.)

4-1- Définition du système d'information marketing: il est apparu pour la première fois au début des années 1960 comme une tendance moderne et en développement Des changements positifs sont attendus dans la gestion des activités de marketing, et l'idée du système expert américain a été lancée Robert William a fondé son idée sur la nécessité de s'appuyer sur un système strict pour la collecte et l'analyse des données Les traiter pour les transformer en informations facilitant la tâche des responsables marketing dans la prise de décision.

Kotler a défini un système d'information marketing comme: «Un réseau complexe ou un ensemble de relations organisées Conception du personnel, de l'équipement et des procédures afin de créer des flux d'informations précis à partir de sources internes Ou externe à l'organisation pour une utilisation par les décideurs marketing pour améliorer, planifier et contrôler Activité de marketing. »

4-2- Composantes du système d'information marketing: Il se compose de quatre systèmes:

4-2-1 Le système de comptabilité marketing interne: Il se compose d'enregistrements pour la comptabilité et les informations commerciales, par exemple Ces enregistrements contiennent des données sur les ventes pour chaque produit, des données sur les prix, le nombre d'entreprises pour chaque Produit, mise en service du produit, prix fournisseur, etc., pour chaque période d'inventaire. Disponibilité des registres et rapports internes L'organisation dispose de nombreuses informations sur les demandes faites par les clients, les distributeurs et les différents éléments réalisés À partir des magasins et des taux de demande pour ces articles sur différentes périodes de temps en plus de cela, les données les ventes

aux différentes régions, clients et produits sont de la plus haute importance pour le responsable marketing. 1

4-2-2- Marketing Intelligence System: Kotler le définit comme "un ensemble de sources et d'actions qui Il assiste le responsable marketing dans l'obtention des informations relatives au développement ou au changement en cours dans l'environnement Externe "2; le système d'intelligence marketing se compose de la somme des moyens qui conduisent aux managers ou managers Marketing à la connaissance continue des développements dans l'environnement marketing car il donne des informations sur le marketing et sur Un groupe de concurrents en particulier, où il faut savoir tout ce qu'il faut savoir sur eux en termes de ventes, leurs prix et leur stratégie marketing, ainsi que tout ce qui est écrit dans les journaux et magazines liés à l'activité de l'entreprise; De plus, chaque organisation doit suivre les procédures suivantes pour améliorer son système d'intelligence marketing:

- En général, le personnel de l'entreprise est une source d'informations et, par conséquent, son rôle dans la collecte doit être renforcé L'information, par exemple, les vendeurs sont «œil et oreille», il est donc nécessaire de les motiver.
- Élargir et diversifier les sources de renseignement.
- Achetez des études spécialisées dans des bureaux spécialisés et parcourez les rapports et informations publiés.
- Créer et mettre en place un centre des médias pour être affilié à l'entreprise.
-

4-2-3- Système d'analyse marketing et modèles marketing :

Les informations contenues dans l'appareil sont analysées Et le reliant à l'activité marketing, et il contient deux éléments: une banque (base) pour les statistiques et une banque (base) pour les modèles: parmi Les modèles les plus utilisés que nous mentionnons:⁴⁷

- **Brandaïd:** Gérer le mix de produits pour les articles les plus consommables, adapter la politique de publicité et de prix Et divers cas de concurrence.
- **Plan d'appel:** formulaire destiné à faciliter l'activité du vendeur pour la conduite de visites chez les clients.
- **Mediac:** Faciliter l'acquisition (ou l'achat) de temps promotionnels via la télévision, les médias promotionnels et les médias l'autre depuis un an, il donne également une estimation des ventes.
- **Adcad:** collabore à la création de messages promotionnels ou publicitaires.
- **Promoteur:** la subvention vise à estimer l'impact des campagnes promotionnelles.

4-2-4- Système de recherche marketing :

Le système de recherche marketing est apparu pour la première fois au début du 20e siècle à la suite de la révolution, le secteur industriel qui a laissé derrière lui le phénomène de la production de masse, qui à son tour a conduit à l'inondation du marché avec des marchandises, puis à l'occurrence l'écart entre le producteur et le consommateur et la

⁴⁷ <http://www.fsa.ulaval.ca/simkaid/simk.htm> consulté le 13/02/2020.

complexité des activités de marketing, qui a conduit à l'émergence de l'idée de recherche marketing.

Ce dernier exprime «une recherche structurée et objective qui recueille, enregistre, exploite et analyse des données». le marketing nécessaire pour les décideurs dans le domaine du marketing pour conduire à une efficacité accrue dans ces décisions et pour réduire les risques qui y sont associés. »¹ Il s'agit donc d'un système conçu pour collecter, analyser, exploiter et rapporter des informations Les résultats de la situation de marketing rencontrée par l'organisation; Il peut également être défini comme «collecter, enregistrer et analyser».

Données liées aux problèmes de flux de biens et de services des producteurs aux consommateurs finaux ou acheteurs industriels "; et son utilisation a pour but de fournir des données à la direction de manière à leur permettre de prendre des décisions éclairées sur ce il concerne les problèmes de commercialisation que ce soit avant, pendant ou après le processus de production.

5- Autres concepts en marketing:

5-1- Segmentation du marché: il s'agit d'un processus de regroupement d'acheteurs ayant des besoins et des désirs similaires groupes ou secteurs de marché, où l'organisation étudie la demande et divise le marché en secteurs et parties il opère sur le marché tampon (la partie qui lui convient); Les études de marché et l'identification sont adoptées ses types et sa méthode de segmentation et la détermination de ses exigences sur:

- Le nombre d'acheteurs potentiels dans chaque région.
- Nombre d'acheteurs réels dans chaque région.

- Caractéristiques des acheteurs dans chaque région (âge, revenu, éducation, emploi, sexe, etc.).
- Motifs d'achat.
- Nombre de marques.
- Les Politiques des concurrents,.. etc.

5-2- Qu'est-ce que le comportement du consommateur: le comportement du consommateur est l'un des nouveaux concepts, car le consommateur est la pierre angulaire dans le marketing moderne, mais avant de définir ce qu'est le comportement du consommateur, nous nous référons à:

- ✓ **Consommateur:** un concept qui fait essentiellement référence à deux catégories: «Les personnes qui font un achat Biens et services à usage personnel ou à consommation collective tels qu'un système familial, et la deuxième catégorie cela inclut les organisations ou les consommateurs industriels, que ces organisations visent le profit ou non.
- ✓ **Quant au comportement des consommateurs:** il se réfère à: «étudier les consommateurs lorsqu'ils échangent quelque chose de valeur d'un bien ou d'un service qui répond à leurs besoins », et donc il se réfère au comportement du consommateur pour répondre à ses envies et demandes d'alternatives proposées sur le marché, il comprend à la fois le choix, l'attribution de temps pour acheter, réflexion, méthode d'achat, où acheter, fréquence d'achat, comment les ressources sont dépensées et distribuées disponible pour lui, etc. Le concept de comportement fait référence à l'action ou à la

réaction obtenue de l'individu apparenté ses actions sont dirigées vers une personne ou une chose spécifique, et à partir de ce concept, on peut dire que le comportement du consommateur c'est le résultat de comportements intégrés qui lui permettent de prendre une décision d'achat et d'utiliser la marchandise dans atteindre le niveau de satisfaction souhaité et, à partir de là, le comportement d'achat est une forme de comportement l'être humain en général, sa compréhension et son interprétation dépendent d'un ensemble de connaissances et de sciences telles que la psychologie et la sociologie et l'économie et autres, et il préfère adopter plusieurs théories dans l'étude du comportement des consommateurs.

5-3- Le cycle de vie du produit :

Ce sont les différentes étapes qu'un produit traverse depuis le début de sa mise sur le marché jusqu'à Sa destination, et le produit passe par les étapes suivantes:⁴⁸

- **Étape de présentation:** C'est l'étape de l'introduction du produit sur le marché pour la première fois et cette étape est caractérisée par une diminution du volume ventes en raison du fait que le consommateur est en train d'apprendre à connaître la marchandise, et cette étape se caractérise également par un taux bas rentabilité.
- **L'Étape de croissance:** Cette étape se caractérise par un développement remarquable et l'appétit des acheteurs pour le produit et le succès de ce dernier dans répondre aux besoins et aux

⁴⁸ Annabi Benaissa, Consumer Behavior: Environmental Impact Factors (Part One), Service de presse universitaire, Algérie, 2003 p16.

désirs, et la Société est à la recherche de nouveaux débouchés en marketing, publicité et petits rabais au juste prix, ... etc.

- **L'Étape de maturité (boom)**: est caractérisé par une forte demande pour le produit, une augmentation des ventes et sa stabilité dans une situation particulière elle est considérée comme l'étape la plus longue et la plus importante, et se caractérise par une abondance, des produits excédentaires et des prix bas (Economists, Taille) puis réduisez la marge bénéficiaire, car l'entreprise essaie de rester dans cette étape le plus longtemps possible En utilisant des moyens promotionnels supplémentaires et en essayant également de développer le produit.
- **L'étape de déclin:** Cette étape est caractérisée par la baisse des ventes et le démarrage de l'entreprise pour arrêter la production.

VI: Recherche et Développement.

Dans ce contexte, nous traitons le concept de recherche et développement, son importance, l'étendue de l'intérêt pour ce poste, ainsi que les modalités d'acquisition la technologie dans l'entreprise.

1- Concept de recherche et développement:

L'activité de recherche et développement au sein des entreprises est le principal vecteur d'innovations technologiques, en particulier grandes entreprises, et pour comprendre le sens de la recherche et développement, nous connaîtrons chaque mot séparément:⁴⁹

1-1 Recherche: elle comprend les éléments suivants:

-1-1-1 Recherche fondamentale: qui est représentée dans les travaux abstraits ou théoriques qui visent principalement la possession sur les connaissances liées aux phénomènes et événements qui ont été observés sans aucune intention de les appliquer ou de les utiliser pour un usage spécial.

1-1-2- Recherche appliquée: Elle est représentée dans les travaux originaux achevés pour lister les candidatures éventuelles résultant de Recherche fondamentale, ou afin de trouver de nouvelles solutions permettant d'atteindre un objectif prédéterminé, et nécessitant des recherches pratique en tenant compte des connaissances existantes et en les développant pour résoudre des problèmes spécifiques.

⁴⁹ C. Mothe, Comment réussir une alliance en recherche et développement, L'Harmattan 1997, p12.

1-2- Développement: Le développement concerne les investissements nécessaires, qui permettent d'accéder à la mise en œuvre des applications le nouveau programme est basé sur les travaux suivants:

- Expériences et modèles réalisés par des chercheurs.
 - Examiner les hypothèses et rassembler des données techniques, pour reformuler les hypothèses.
- Formules de production, spécifications de produit et schémas d'installations.

En conséquence, il entend la fonction de recherche et développement comme: «tous les efforts impliquant le transfert de connaissances approuvées en solutions techniques, sous forme de méthodes ou méthodes de production et de produits physiques de consommation ou d'investissement; Fais ça les activités se déroulent soit dans des laboratoires universitaires, soit dans des centres de recherche appliquée, soit dans des entreprises industrielles sans une considération particulière pour sa taille.

Cette fonction concerne l'activité de développement des intrants, des processus ou des extrants de l'organisation qui mènent au développement ses produits comprennent des biens et des services, car la portée de la recherche et du développement s'étend du stade de bénéficier des résultats de la recherche au stade de l'introduction de nouveaux produits ou de l'amélioration des anciens sur le marché, et donc cela inclut la recherche et les différentes expériences scientifiques qu'il contient, la préparation des conceptions, les spécifications, la production expérimentale et l'amélioration de cette qualité en plus de l'extension de l'activité au développement de la technologie, que ce soit sous forme d'équipement ou

sous forme de systèmes Et méthodes ou sous forme de connaissances acquises. Cela comprend également l'adaptation de technologies acquises à l'étranger et la création de technologies avec des spécificités locales.

2- L'importance de la fonction recherche et développement :

- L'objectif principal de la fonction de recherche et développement dans l'entreprise est principalement l'interaction de l'entreprise avec son environnement, qui lui assure la continuité de son activité sur le long terme, ce qui est nécessaire au vu de concurrence accrue sur les marchés locaux et mondiaux.
- Il est à l'origine de toute innovation technologique et donc du développement de la compétitivité de l'entreprise.
- Ce billet aborde les problèmes du transfert de technologie.
- Contribuer à l'amélioration de la productivité en travaillant à l'amélioration des moyens et méthodes de production et à l'amélioration de la qualité des produits ainsi que des améliorations de l'efficacité du travail,... etc.

3- L'intérêt pour la fonction de recherche et développement :

Les politiques les plus importantes qui concernent la fonction de recherche et développement peuvent être clarifiées, que ce soit au niveau macro (pays) ou au niveau micro (l'entreprise économique).

3-1- Politiques de l'État dans le domaine de la recherche et du développement :

L'État peut contribuer pour une large part à la réalisation du développement Économique en encourageant les activités de recherche et développement au niveau national, à travers:

3-1-1- Politiques financières et fiscales: l'État peut influer positivement sur les activités de recherche et développement Et l'innovation technologique, à travers:

Réduction ou exonération d'impôts: permettre aux entreprises de s'appuyer sur leur propre capacité d'autofinancement et en réinvestissant les montants d'impôts impayés soit pour couvrir des coûts plus élevés, soit pour couvrir dangers et pertes.

Financement de prêts: c'est-à-dire faciliter la production de prêts aux entreprises des secteurs public et privé. les activités de recherche et développement nécessitent des sommes énormes, en plus de l'exploitation des innovations produits Et les nouvelles méthodes techniques nécessitent des prêts et une aide financière.

3-1-2- Politiques industrielles: Cette politique est basée sur le renforcement de l'appareil de production, notamment industriel Cela passe par un investissement dans celle-ci, soit en créant une nouvelle unité de production, soit en développant une unité industrielle réelle. Cela nécessite l'utilisation de techniques de production efficaces d'une part, et le souci de la qualité du produit d'autre part.

3-1-3- Crédit de recherche appliquée: ces centres sont créés spécifiquement dans le but de concentrer les efforts et les ressources pour une solution les problèmes rencontrés par les entreprises économiques pour mener à bien leurs activités dans les plus brefs délais et

avec une vision globale, c'est-à-dire Différents angles et aspects du problème.

3-1-4- Offrir une protection juridique aux inventions: elle est considérée comme l'une des choses les plus importantes que l'État doit faire, car elle n'est pas il est logique ou naturel que nous dépensions des efforts et de l'argent pour certaines recherches et inventions sans penser à la protection ses produits et ses formes de protection juridique sont les suivants:

- **Brevet:** Il s'agit d'un document délivré par certains organismes officiels, qui comprend la reconnaissance d'une invention et autorise Son propriétaire (personne ou entreprise) a le droit de propriété et la liberté d'utilisation.
- **Marque:** En l'absence de brevet, les entreprises notamment peuvent, la protection exige sur son produit une marque, qui est un nom ou un symbole choisi par l'entreprise pour le distinguer son produit est différent des autres produits disponibles sur le marché, protégeant ainsi la réputation et la garantie de l'entreprise les avantages de celui-ci.
- **Forme:** la protection des prototypes est liée aux caractéristiques formelles et distinctives des nouveaux produits et à leur importance la protection n'est pas légale, parmi lesquelles l'affichage du nom de la personne ou de l'entreprise, et ce qui lui permet d'enquêter objectifs spécifiques.

3-2-Politiques de la société dans le domaine de la recherche et du développement:

3-2-1- Incitations: Habituellement, les entreprises encouragent les individus à faire plus d'efforts dans le domaine de la recherche et le développement technologique et l'innovation, en les motivant et en leur offrant divers bonus dans le but d'améliorer les performances.⁵⁰

3-2-2-Connexions: nous entendons l'ensemble des relations qu'une entreprise établit avec les entreprises économiques d'autres, ainsi que des entreprises scientifiques et des centres de recherche appliquée.

4- Façons d'acquérir la technologie dans l'entreprise:

Pour que l'entreprise reste toujours à son image positive, pour maintenir sa réputation sur le marché et pour rester adaptative Avec l'environnement, il doit adopter une politique claire pour acquérir des technologies qui assureront sa viabilité il existe plusieurs façons d'acquérir de la technologie dans l'organisation, dont les plus importantes sont:

- ***Intégration interne de la fonction recherche et développement:*** c'est-à-dire l'entreprise qui produit la technologie grâce à la fonction de recherche et développement existante de l'entreprise.
- ***Contrats de coopération:*** lorsque l'organisation estime que le coût de production de la technologie elle-même est trop cher ou des technologies multiples, toutes ces conditions poussent les établissements à coopérer entre eux pour trouver de nouvelles formes pour les technologies, cela se

⁵⁰ G. Hamel, « Competition for competence and interpartner learning within international strategic alliances », Strategic Management Journal, Vol 12, 1991, p9.

fait à travers un accord de coopération dans le but de partager les coûts, les risques et les travaux de recherche développement conjoint de technologies.

- ***Achat de licences***: L'achat de licences ou l'utilisation de licences est le moyen direct et le plus rapide pour que la technologie pénètre de nouveaux marchés et élargisse la liste des produits, cette méthode est moins risqué et moins coûteux, et il est préféré par les entreprises qui ne disposent pas de ressources financières ou de ressources Financement insuffisant pour intégrer la fonction recherche et développement en interne.

- ***Achat d'autres entreprises***: pour obtenir de la technologie, les entreprises ont également recours à l'achat pour d'autres organisations, cette méthode est également considérée comme un gain de temps et d'acquisition de technologie rapide.

- ***Adopter des activités de recherche et développement externes***: L'entreprise peut préférer acquérir la technologie commandée entreprises privées ou publiques de recherche et développement, cabinets de conseil et universités pour adopter des projets de recherche technologie d'entreprise.

VII : Gestion de la Qualité.

Dans ce contexte, nous traitons le concept de qualité, le concept de gestion de la qualité totale, ainsi que les normes de qualité.

1- Concept de qualité:

La qualité est définie comme «l'ensemble des propriétés du produit, du processus, de l'organisation, de l'individu, de l'activité ou du système qui ont été identifiés».⁵¹

Sa capacité à répondre à des besoins spécifiques et implicites, "qui fait" partie du coût, et le résultat d'une attention à tout moment et les étapes de production », et l'idée de qualité cache de nombreux points qui doivent être bien maîtrisés, à savoir: le succès du produit ou service, fonctionnalités et performances, durabilité et sécurité, aucun dommage à l'environnement, coût de possession, prix, durée (Présence à l'heure) ...etc.

Les étapes de qualité peuvent être divisées en:

- **La phase d'inspection ou d'inspection:** (1900-1937), où il s'agissait de découvrir des défauts dans le produit sans chercher à éviter les erreurs.
- **La phase de contrôle qualité:** (1937-1960) vise à prévenir et réduire le pourcentage de produits défectueux Utilisation de méthodes statistiques.

Phase d'assurance qualité: (1960-1980) axée sur la prévention des erreurs lors de la fabrication.

⁵¹ B. Wernerfelt, « A ressource-based view of the firm », Strategic Management Journal, Vol 5, 1984. p5.

L'étape du Total Qualité Management: (1980- jusqu'à présent): qui a conduit à un changement radical du concept de qualité Le résultat doit devenir un outil de gestion plutôt que de contrôle de gestion, et comprend l'élaboration d'une planification de projet stratégique qui garantit mobiliser tous les efforts pour atteindre des objectifs spécifiques à la lumière des désirs et des attentes des clients tout en faisant des améliorations gestion de projet continue grâce à la participation de tous les employés.

2- Le concept de Total Quality Management:

La gestion de la qualité totale signifie qu'il s'agit d'une «philosophie de gestion qui englobe toutes les activités de l'entreprise à travers laquelle elle est réalisée»⁵²

Les besoins et les attentes du client et de la société et la réalisation des objectifs de l'organisation de la manière la plus efficace et la plus rentable à travers L'utilisation optimale des énergies de tous les travailleurs est une volonté de développement continu. » Ainsi, Total Qualité Management est Une culture qui promeut le concept d'engagement total pour la satisfaction du client par l'amélioration continue et la créativité dans tous les aspects l'œuvre. L'utilisation de la qualité globale est due aux contributions de nombreux scientifiques américains et japonais Les goûts de: Edward Deming, Joseph Goran, Philip Crosby et Ishiroichi Kawa, et ce qui suit est une brève explication pour les travaux de ces.

2-1- Définition Edward Deming: W. EDWARD Deming est un ingénieur américain, considéré comme le parrain de la gestion de la

⁵² C. Mothe, Comment réussir une alliance en recherche et développement, L'Harmattan 1997, p15.

qualité, comprenez que ce sont les employés qui contrôlent réellement le processus de production et créez ce qu'on appelle le cercle de Deming: plans, jouez, vérifiez, agissez et parlez de la qualité en Amérique au début des années 1940, mais l'Amérique l'ignorait alors Ishikawa (président de la Fédération japonaise des organisations économiques) a invité Deming à donner une série de conférences à milieu des années cinquante du siècle dernier; Il s'est concentré sur les outils, les techniques, la formation et une philosophie de gestion distincte, et il a adopté dans sa théorie quatorze principes:

- ✓ Fixer un objectif permanent pour améliorer la production et les services, en se concentrant d'abord sur la qualité, avec le profit Juste le résultat de cette qualité.
- ✓ Production d'une nouvelle philosophie (TQM) qui représente une décision à laquelle tout le monde dans l'entreprise participe et en est responsable (et non Uniquement le Comité Exécutif ou le Président du Conseil d'Administration.)
- ✓ Se débarrasser de la dépendance à l'égard d'une inspection complète pour atteindre la qualité en construisant la qualité à partir de zéro ancre.
- ✓ Éliminer l'évaluation commerciale basée uniquement sur le prix (abandonner la philosophie d'achat basée uniquement sur le prix) Bien sûr, l'entreprise rentable et le prix de vente ne peuvent pas être ignorés, mais les coûts ne doivent pas être la préoccupation Le premier et le dernier.
- ✓ Amélioration continue des méthodes de test de la qualité de la production et des services (amélioration continue des opérations

Continuellement) il y a un changement constant et donc ce qui était approprié aujourd'hui ne le sera pas demain; Ie, non Avoir des normes cohérentes.

- ✓ Mise en place de centres de formation efficaces (formation continue) sur la performance des entreprises, sur le contrôle statistique Pour la qualité; Autrement dit, l'employé reçoit une formation spécifique liée à son travail.
- ✓ La présence d'un leadership efficace qui adopte, met en œuvre et soutient la philosophie de TQM, et la transformation est axée sur La qualité est plus que la quantité (améliorer la qualité, pas la quantité.)
- ✓ Éliminez la peur: TQM s'engage à faire en sorte que les employés se sentent raisonnablement en sécurité au sein de l'entreprise.
- ✓ Éliminer les barrières interministérielles en éliminant les barrières organisationnelles entre les départements (communication horizontale) La qualité est l'objectif, pas la concurrence entre collègues.
- ✓ Débarrassez-vous des logos, critiquez la méthode préparatoire car elle détruit la qualité en se concentrant sur l'attention
- ✓ En (vouloir faire quelque chose) plus que (comment faire quelque chose).
- ✓ Hors quotas numériques: c'est-à-dire se débarrasser des ratios numériques pour fixer les objectifs et les effectifs, car ils sont

- ✓ Faire en sorte que l'employé se concentre sur eux et non sur la qualité ou l'efficacité; Autrement dit, le but devient de trouver
- ✓ Une manière innovante d'augmenter la production plutôt que d'augmenter la qualité.
- ✓ Éliminer les obstacles qui empêchent les travailleurs de faire étalage de l'ingéniosité de leur travail, comme on suppose que la plupart des individus souhaitent.
- ✓ Faire du bon travail, ne pas être injustement critiqué, être traité équitablement et n'utiliser aucune méthode.
- ✓ Intimidation pour les employés d'acquiescer, mais plutôt les encourager à mieux faire leur travail Leur potentiel.
- ✓ Préparer un programme solide d'apprentissage et d'amélioration (c'est-à-dire un programme solide d'apprentissage et de développement personnel pour chaque individu) comme on le croit le personnel doit avoir une base solide dans les outils et techniques de contrôle de la qualité.
- ✓ Créer une structure au sein de la haute direction qui se concentre sur le suivi des étapes précédentes: c'est-à-dire que tous les employés L'organisation s'efforce de réaliser la transformation et les employés ne sont pas censés mettre en œuvre une gestion complète de la qualité a eux seuls, même les cadres supérieurs devraient prêter attention à la stratégie TQM dans son ensemble et prendre des mesures positives pour y parvenir (Stratégie) car il est possible qu'une minorité d'employés ne parvienne pas à la mettre en œuvre.

2-2- Définition Joseph Goran:

Selon Joseph Goran il faux concentrez-vous sur les défauts et les erreurs lors de la performance opérationnelle (opérations) ainsi que sur le temps.

Le gaspillage est plus que les erreurs liées à la qualité elle-même, et se concentrer sur le contrôle de la qualité sans se concentrer sur comment gérer la qualité; Par conséquent, il voit que la qualité (qualité) signifie des spécifications de produit qui répondent aux besoins des consommateurs il a leur satisfaction sans contenir de défauts et estime que la planification de la qualité passe par plusieurs étapes, qui sont:

- ✓ Déterminez qui sont les consommateurs.
- ✓ Déterminez leurs besoins.
- ✓ Développement de spécifications de produits pour répondre aux besoins des consommateurs.
- ✓ Développement de processus permettant d'atteindre ces spécifications ou normes requises.
- ✓ Transfert des résultats des plans élaborés au personnel.

Quant au contrôle qualité, il le voit comme un processus important et nécessaire pour atteindre les objectifs des processus de production en l'absence de défauts, le contrôle qualité comprend:

- ✓ Évaluez la performance réelle du travail.
- ✓ Comparaison des performances (réelles) atteintes avec les objectifs fixés.

- Faire face aux écarts ou aux différences en prenant les bonnes mesures.

Il croit que le développement de produits est au cœur de la gestion de la qualité totale, qui est un processus continu et sans fin et que le produit est exposé pour deux types de consommateurs:

- **Consommateur externe:** représente le client qui achète les biens et ne fait pas partie des membres de l'organisation concernée.
- **Consommateur interne:** représente les consommateurs qui représentent les travailleurs au sein de l'organisation.

3- Les Normes de qualité:

On a basé sur la nécessité de protéger les consommateurs contre les cas de fraude et de désinformation auxquels ils sont exposés quotidiennement dans leurs activités productivité, service et normes commerciales censées s'appliquer aux normes, une tendance scientifique est apparue Atteindre des objectifs, dont les principaux sont de mettre un terme à l'empêtement des produits et services frauduleux et de permettre au consommateur de satisfaire ses désirs et ses goûts et ses avantages à obtenir des biens et des services sans défauts,

Ce qu'il a appelé des normes ou des mesures de qualité (Y compris les normes ISO); Assurer la qualité et la sécurité du matériau est devenu l'un des droits des consommateurs en même temps Parmi les tâches les plus importantes que les dispositifs de normalisation et de contrôle qualité du monde entier s'efforcent d'accomplir, et l'adoption de labels de qualité sur les produits est devenue un moyen scientifique fiable d'identification, d'orientation et de sensibilisation pour diriger les consommateurs sont

référencés aux biens sécurisés, à l'importance de les acquérir et à un moyen de réduire les cas de corruption et de fraude intentionnelle sur les produits de toutes sortes d'une part, et la protection des consommateurs d'autre part.

L'Organisation internationale de normalisation a publié l'ISO depuis sa création en 1947 jusqu'à Spécifications générales 1997, 10900 normes dans les domaines suivants: génie mécanique, chimie de base, Matériaux non métalliques, métalloïdes, minéraux, traitement de l'information, imagerie, agriculture, construction et technologies Spécial, santé, médecine, environnement, emballage et distribution ont également émis l'ISO dans les spécifications mentionnées au-dessus de deux séries de spécifications sont, ISO 14000 et ISO 9000, les premiers systèmes liés à la série management de la qualité et le second dans les systèmes de management environnemental, et 800 comités techniques préparent les spécifications mentionnées Une centaine de normes sont revues chaque année et aujourd'hui plus de 51 pays dans le monde ont adopté des normes ISO 9000 en tant que spécification nationale, voici les normes ISO les plus importantes :

3-1- ISO 9000: La série ISO 9000 comprend un ensemble harmonisé de mesures d'assurance qualité général applicable à toute entreprise, grande, moyenne ou petite, et peut être utilisé avec n'importe quel système il est présent et aide l'entreprise à réduire les coûts internes, à augmenter la qualité, l'efficacité et la productivité, et à agir comme une étape Vers une qualité totale et une amélioration continue, la série ISO 9000 n'est ni un ensemble de spécifications produit ni couvrant des normes industrielles spécifiques, chaque document classe un modèle de qualité à utiliser dans différentes applications.

Les normes ISO 9000 sont publiées en quatre parties, à savoir ISO 9001, 9002, 9003 et 9004. Une source pour identifier et définir le reste de la série.

ISO 9001 est le document le plus complet de la série qui s'applique aux entreprises travaillant dans la conception il définit un système qualité à utiliser lorsque des contrats sont requis une explication de la capacité du fournisseur à concevoir, fabriquer, installer et entretenir le produit. L'ISO 9001 traite également des domaines tels que le dépannage et le débogage pendant la production, la formation des employés, la documentation et le contrôle des données.

- L'ISO 9002 s'applique aux biens qui ne nécessitent pas de conception et qui connaissent l'assurance qualité en production et en installation et le service.
- L'ISO 9003 s'applique à toutes les entreprises et spécifie un modèle de système qualité pour l'inspection finale et les essais.
- L'ISO 9004 définit plus en détail les éléments de qualité auxquels se réfèrent les documents précédents et fournit les lignes directrices pour la gestion de la qualité et les éléments du système qualité nécessaires pour développer et mettre en œuvre un système qualité.

3-2- ISO 14000 :

Il publie actuellement la première série de normes internationales pour les systèmes de management environnemental avant Organisation internationale de normalisation, ISO 14001 fournit des éléments d'un système de management environnemental efficace avec lequel elle peut

s'intégrer Autres exigences de gestion, qui aident les entreprises à atteindre leurs objectifs économiques et environnementaux et fournissent un système ISO 14001 définir des procédures et évaluer leur efficacité pour définir la politique et les objectifs environnementaux et atteindre et démontrer le respect des ces objectifs, en plus de cela et contrairement à tout autre indicateur, visent à donner des orientations générales pour la mise en œuvre et l'amélioration du système de management ISO 14001 spécifie les exigences pour la délivrance d'un certificat et la déclaration d'un système de management environnemental dans l'entreprise, le respect des normes donne une position concurrentielle aux entreprises exportatrices et l'objectif principal de la série ISO 14000 il s'agit d'encourager l'adoption d'une gestion environnementale plus efficace, efficiente, flexible et faisable dans ces entreprises afin qu'elles deviennent Son système. La série ISO 14000 pour les entreprises des pays en développement représente une opportunité de transfert de technologie et une source d'introduction conseils sur l'introduction et l'adoption d'un système de gestion de l'environnement basé sur les meilleures pratiques internationales.⁵³

Et voici les paramètres de base qui guident toutes les entreprises dans l'établissement, la maintenance, l'audit et l'amélioration système de gestion environnementale continue pour l'entreprise:

ISO: 14000/1997 : Systèmes de management environnemental: Normes avec directives d'utilisation.

⁵³ R.Amit, PJ. Schoemaker, « Strategic assets and organisational rent », Strategic Management Journal, Vol 14, 1993, p44.

ISO: 14004/1996: Lignes directrices générales pour les principes, réglementations et méthodes de management environnemental

Soutenir.

ISO 14001/1996 : Lignes directrices pour l'audit environnemental principes généraux.

ISO: 14011/1996 : Des systèmes de management environnemental.

ISO:14012/1996 : Normes de qualification des auditeurs environnementaux.

ISO 14020: principes Étiquettes environnementales et publicités préliminaires.

ISO 14024: Programmes, directives, pratiques et procédures de certification des praticiens.

ISO-14040 : Analyse du cycle de vie Principes et cadre.

ISO-14041 : Analyse du cycle de vie - Objectifs et champ d'application - Définitions et analyse des actifs.

ISO 14050 : Management environnemental – Vocabulaire.

Nous soulignons que l'obtention d'un certificat de conformité aux normes internationales n'est pas une fin en soi, mais un moyen une gestion efficace l'utilise pour avoir accès aux avantages de cette excellence administrative, notamment:

- Accroître la compétitivité de l'entreprise par la supériorité sur le marché avec la plus grande capacité à satisfaire les clients.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

- Entrée des produits de la Société sur les marchés mondiaux et appels d'offres nécessitant l'obtention d'un certificat ISO.
- Fournir un climat de gestion supérieur basé sur la bonne compréhension des désirs des clients et l'application de concepts de qualité dans chacun Activités pour réaliser des économies de coûts et faire un bon investissement des ressources disponibles.

*Chapitre trois: La nouvelle
direction de l'entreprise
économique*

Introduction:

Les entreprises économiques au sein de l'économie du savoir recherchent la nouvelle économie pour des avantages compétitifs qui les distinguent des Ses concurrents, comme le contexte de cette économie avec tous les paris qu'elle porte, tels que l'innovation, les technologies médiatiques la communication et d'autres ont imposé le problème de l'adaptation à l'entreprise dans son environnement, et ont conduit à la nécessité de son développement en entreprise Contemporain (l'établissement d'enseignement, l'entreprise hypothétique, l'entreprise environnementale, etc.); En conséquence, ce chapitre traite de ce Suit:

I : L'économie De La Connaissance.

II: L'entreprise Hypothétique.

III: Responsabilité Sociale.

IV: L'entreprise Environnementale.

V: L'entreprise et entrepreneuriat.

I : L'économie De Savoir

Aujourd'hui, les entreprises et les économies sont en concurrence dans l'ombre d'une économie de la connaissance, et dans ce contexte nous essaierons de donner un concept L'économie de la connaissance comme nouveau contexte concurrentiel qui pose de nombreux défis et outils pour les entreprises économiques en plus de chacune de ses propriétés et substrats.

1- Le concept d'économie de savoir :

Nous aujourd'hui dirigeons vers une économie de la connaissance, cette économie basée sur les investissements immatériels devenus Éléments clés de la création de valeur pour les entreprises, et leur apparence ne se limite pas aux services de haute technologie et de technologie l'information et la communication, en effet, se sont répandues dans tous les secteurs de l'économie de marché depuis l'année 1970 comme création de richesse elle dépend de plus en plus de la production et de l'exploitation de connaissances qui comprennent non seulement la science et la technologie, mais aussi connaître les pratiques nécessaires pour créer de la valeur économique.⁵⁴

Des développements rapides ont suscité un intérêt accru des chercheurs universitaires pour l'élaboration de théories économiques claires et l'objectivité en essayant de donner une définition de l'économie de la connaissance comme domaine scientifique moderne et nouveau modèle économique, en raison de la différence entre les visions et les écoles de

⁵⁴ Erik Stam & Elizabeth Garnsey, Entrepreneurship in the Knowledge Economy, available at, http://www.dur.ac.uk/resources/dbs//faculty/centre_entrepreneurship/publications/ResearchPaper018.pdf, (05/09/2020).

penseurs économiques, leurs conceptions de l'économie du savoir varient Les synonymes en variaient, et parmi ces termes: l'économie informelle, l'économie basée sur La connaissance, l'économie de l'information,... et es plus largement utilisées sont la nouvelle économie du savoir.

L'économie de la connaissance est une branche de l'économie qui s'intéresse principalement à la connaissance d'une part, et d'autre part Une tendance récente dans la vision économique globale, où la connaissance est considérée comme le moteur du processus de production, le principal produit est qu'il joue le rôle principal dans la création de richesse qui dépend entièrement du capital la propriété intellectuelle et la quantité d'informations dont dispose une organisation (entreprise, pays, etc.), et comment transférer ces informations a la connaissance, puis comment l'utiliser pour en profiter au service de la dimension productive dans cette économie, «la connaissance réalise la plus grande partie de la valeur ajoutée, qui nécessite de la disponibilité».⁵⁵

Le capital humain fait référence aux aptitudes et aux expériences que possèdent les compétences humaines et à la nécessité d'un certain mélange de la culture est la culture de l'information qui signifie les valeurs nécessaires pour faire face à l'ère de l'information.

L'économie de la connaissance diffère des autres économies sur un certain nombre d'aspects importants, tels que:⁵⁶

⁵⁵ RUBIN M.R., TAYLOR M., The Knowledge Industry in United States: 1960-1980, Princeton University Press, Princeton (1984), p5.

⁵⁶ Whicker, L.M and Andrews, K. M, HRM in the Knowledge Economy: Realising the Potential, Asia Pacific Journal of Human Resources, V42, N2, 2004.

- L'économie du savoir est davantage caractérisée comme une économie d'abondance que comme une économie de rareté, contrairement à la plupart des ressources qui sont appauvris par la consommation, la connaissance de la pratique et de l'usage augmente et se répand avec le partage;
- Contrairement à d'autres éléments de production, la propriété du savoir ne peut pas être transférée d'une partie à une autre.
- Dans cette économie, l'utilisation de technologies appropriées permet la création de marchés et d'entreprises virtuelles qui sont annulés Des restrictions de temps et de lieu via le commerce électronique qui offrent de nombreux avantages, notamment: Réduction Coût, efficacité et rapidité pour effectuer des transactions 24 heures sur 24 et dans le monde entier;
- Dans une économie du savoir, il est difficile d'appliquer les lois, les restrictions et les taxes sur une base purement nationale, tant qu'elles le sont la connaissance est disponible partout sur la planète et elle est devenue l'élément de base de la production Cela signifie qu'il existe une économie mondiale qui domine l'économie nationale;
- Elle se caractérise également par l'accélération du rythme de l'innovation en augmentant l'utilisation des connaissances et des compétences et au moyen de l'utilisation généralisée des technologies de l'information et de la communication, qui a permis le partage et l'accès à l'information fondant ainsi les frontières de l'espace et du temps.

2- Caractéristiques de l'économie de savoir :

Les caractéristiques de base d'une économie du savoir peuvent être illustrées par :⁵⁷

- Le principal facteur de production dans la nouvelle économie est la connaissance autre que ce qu'elle était périodes précédentes où la terre était dans l'économie agricole et le capital dans l'économie industrielle;
- C'est une économie immatérielle, ce qui signifie que les principaux atouts sont les idées et les marques avec des taux d'utilisation qui dépassent l'utilisation des ressources matérielles, telles que la terre, les machines, les stocks,... etc.
- Économie numérique: la numérisation de l'information a un impact important sur la capacité, la transmission, le stockage et le traitement de l'information ce qui a eu pour effet de réduire considérablement la contrainte de temps et d'espace;
- Économie virtuelle: avec le passage du travail physique (réel) au travail virtuel devenu possible avec la numérisation et les réseaux émergent de l'entreprise virtuelle, de l'argent virtuel, des transactions virtuelles, ... etc;
- Nouveaux marchés: l'émergence des marchés électroniques et le flux accru d'informations sur les prix manifestations d'inefficacité sur les marchés actuels;

Il existe d'autres caractéristiques de l'économie du savoir liées à la situation des ressources humaines dans cette économie:

⁵⁷ Martin Boddy, the knowledge-driven economy, regional economic strategy and regional spatial strategy in the south west of England. Bristol, England, April 2005, available at:
<http://www.southwestrda.org.uk/downloads/subsection.asp?SubSectionID=13&lang>, (02/03/2012)

- S'appuyant principalement sur l'investissement dans les ressources humaines car ils constituent un stock important de capital Humain, compétences et connaissances;
- Dépendance à des ressources humaines qualifiées, spécialisées et formées suite à la transformation travailler dans le domaine de l'information et travailler à distance, ce qui a poussé le marché du travail à s'appuyer sur les individus multi-compétence;

L'augmentation du volume des dépenses en recherche et développement et l'augmentation des revenus des décideurs du fait de la multiplicité et de la diversité leurs qualifications et compétences, qui se concentrent avec lui sur l'apprentissage et la formation continu afin de suivre développements dans les domaines de la connaissance et du monde de la compétitivité.

L'économie du savoir est également caractérisée par des caractéristiques orientées négativement sont:

- Risques économiques et financiers croissants, secteurs technologiques en plein essor et taux de chômage élevés ceux qui les accompagnent dont souffrent toutes les économies, développées ou en développement;
- Manque de loyauté envers les autres en raison d'une concurrence accrue pour la renommée, la profession ou la richesse, ainsi que le manque de loyauté pour un bien ou un service en raison de la diversité disponible sur le marché et de l'évolution rapide des goûts en raison de l'expansion des marchés grâce au e-commerce qui a permis au consommateur de faire ses achats rapidement et efficacement, et donc à l'économie le nouveau a rendu la concurrence plus forte au profit du consommateur et plus

difficile pour l'homme d'affaires qui devrait renouvellement pour préserver ses clients et ses marchés.

3- Piliers de l'économie de savoir :

Ilídio Lopes et al. (2005) ont défini les piliers de l'économie de la connaissance dans: le pilier de l'innovation technologique, le pilier Science et apprentissage et autres piliers culturels liés à la citoyenneté, à l'utilisation de l'information et aux technologies de la communication.

Pour clarifier les piliers d'une économie du savoir, la Banque mondiale a identifié quatre points:⁵⁸

A- Le cadre économique et entreprisnel: qui assure un environnement macroéconomique stable, la concurrence et un marché du travail flexible Une protection sociale adéquate: elle fait référence au rôle des gouvernements dans la mise en place d'un cadre économique et d'incitations pour les entreprises et d'autres conditions qui contribuent à éléver l'économie du savoir en plus de la performance réelle de l'économie.

B- Systèmes éducatifs: qui confirment que les citoyens sont prêts à acquérir ou à acquérir des connaissances et à les utiliser tt y participer, car sous l'impulsion de la technologie et des nouveaux besoins, l'éducation a tendance à entraîner des changements majeurs dans chaque niveaux et dans divers domaines, y compris les méthodologies et les canaux de distribution, en plus de l'éducation et de la formation la technologie continue qui dépend de la technologie sont deux des caractéristiques les

⁵⁸ Ilídio Lopes, Maria do Rosário Martins and Miguel Nunes, Towards the Knowledge Economy: the Technological Innovation and Education Impact on the Value Creation Process, Electronic Journal of Knowledge Management, Volume 3, Issue 2, 2005.

plus fondamentales d'un environnement d'économie du savoir, en termes de vitesse dans lequel se développent les connaissances, la technologie et les compétences élevées requises.

C- Systèmes de créativité: qui réunissent chercheurs et chefs d'entreprise dans des applications commerciales de la science et la technologie, et signifie la coopération large et forte entre les entreprises et les centres de recherche afin de former ou appliquer des concepts, des méthodes et des technologies créatifs qui donnent et contribuent à des produits et services exceptionnels développement cognitif et mise à jour des compétences.

D- L'infrastructure de la société de l'information: elle fait référence à l'infrastructure dans le domaine des communications et de la technologie l'information, sa progression et sa diffusion, et comprend, au sens large, toutes les infrastructures qui soutiennent une société L'économie de l'information et la disponibilité d'un accès effectif à l'information et à la communication.

II: L'entreprise Virtuelle.

Internet a contribué au développement de l'environnement économique et commercial, qui est également devenu un environnement électronique Il a également contribué à l'émergence de l'économie numérique et à la mise en place de toutes les transactions électroniques, tout comme le développement de la technologie.

Les médias et la communication sont à l'origine de l'émergence d'entreprises opérant sur Internet, appelées entreprises La virtualisation telle qu'elle est établie dans un monde virtuel, qui sera identifiée ci-après.

1- Concept d'entreprise virtuelle:

Le terme entreprise virtuelle est considéré comme un nouveau terme qui a plusieurs définitions, notamment:⁵⁹

- **Première définition:** il s'agit d'un réseau temporaire d'entreprises indépendantes, de fournisseurs, de clients et même de concurrents, qui sont associés à la technologie de l'information dans le but de partager les compétences, les coûts et l'accès au marché.
- **La deuxième définition:** c'est un réseau d'entreprises, d'équipes et d'individus qui sont stationnés à plusieurs endroits, ils communiquent avec la technologie de l'information et ils sont liés par un seul objectif, qui est de servir le même client.
- **La troisième définition:** La littérature de l'étude indique qu'une entreprise hypothétique a reçu des définitions communes représentées par: C'est: une alliance, une intégration verticale, un organisme basé sur les technologies de l'information, la mondialisation et la coopération.⁶⁰

Une organisation virtuelle est également définie comme une unité composée de deux travailleurs dispersés géographiquement partageant le travail et communiquant par voie électronique, c'est une entreprise sans frontières qui n'a pas besoin de rassembler les travailleurs en un seul endroit et n'est pas limitée par des limites il est libre de toute hiérarchie et

⁵⁹ Zygmunt Orlowski, Nina Szklennik, Virtual organization –future organizational type of repair works companies, http://leidykla.vgtu.lt/conferences/MBM_2007/2pdf/Orlowski.pdf, [Accessed 12th September 2014].

⁶⁰ Kristoffer Jacobsen, A study of virtual organizations-in mobile computing environments, TDT4735 Project in Software Engineering, Norwegian University of Science and Technology, Department of Computer and Information Science, NTNU, Fall 2004.

les informations sont partagées entre ses employés en interne et avec les fournisseurs et les clients à l'extérieur, il se caractérise par sa flexibilité et un très grand avantage concurrentiel une nouvelle vision des affaires et du management.

On sait également qu'il rassemble un certain nombre d'entreprises et d'entreprises qui lui permettent en répondant collectivement aux exigences et aux changements du marché et en développant de nouveaux produits, tels qu'ils existent et sont distribués produits et services sans s'engager dans les limites réglementaires traditionnelles. Donc ce n'est pas basé sur une base matérielle, mais c'est qu'ils font le même travail que les entreprises physiques, car ils sont actifs sur Internet et dépendent principalement de la technologie informations et contact.

2- Caractéristiques d'un 'entreprise virtuelle':

Les entreprises virtuelles ont de nombreuses caractéristiques, notamment:

- Les entreprises virtuelles sont basées sur des idées et des programmes et sur leur développement.
- Les entreprises virtuelles ne supportent pas certains des coûts des entreprises physiques (c'est-à-dire qu'elles réduisent les coûts).
- Les entreprises virtuelles sont basées sur une idée, un but et une gestion libre.
- Les entreprises virtuelles dépendent plus de l'individu que du système.
- Les entreprises virtuelles sont un effort de coordination et collectif pour de nombreux efforts.

- Les entreprises virtuelles réagissent rapidement aux opportunités en dehors du domaine de travail de l'organisation et aux changements rapides Environnement organisationnel.
- Les entreprises virtuelles sont flexibles pour fonctionner et faciliter la créativité et l'apprentissage organisationnel refonte du système.

3- Les étapes du cycle de vie de l'entreprise virtuelle:

La formation de l'entreprise virtuelle n'est pas une chose facile, car cette entreprise passe plusieurs étapes avant sa formation, à partir de créer des opportunités jusqu'à atteindre l'objectif, qui une fois atteint, l'entreprise virtuelle se termine, car la durée de son activité est petite comme mentionné précédemment, le schéma suivant montre le cycle ou les étapes du fonctionnement de l'entreprise virtuelle.⁶¹

- ***Identifier et diagnostiquer l'opportunité:*** à ce stade, l'organisation découvre de nouvelles opportunités qu'elle ne peut pas Elle s'en charge seule, d'où la deuxième étape.
- ***Recherche des bons partenaires:*** après avoir trouvé la nouvelle opportunité, l'organisation envisage de choisir des partenaires avec eux, vous pouvez couvrir les besoins de l'opportunité et la saisir, car ces partenaires ont les capacités et les qualifications appropriées pour faire ce projet et ceux qui désirent faire ce projet.
- ***Négocier et définir les rôles et obligations dans les contrats:*** Après le choix des partenaires, une étape de détermination vient et clarifier certaines des procédures qui doivent être respectées, afin

⁶¹ L'organisation virtuelle », disponible sur: www.sicov.lu/modates.phm?name=content. Pa= print2. Print=3; consulté le : 15/03/2020.

qu'ils confluencent un "accord" entre eux et qui comprend l'attribution des rôles, la détermination des coûts, des avantages, des délais, etc.

- ***Formation de l'entreprise hypothétique:*** Après avoir déterminé l'accord, les partenaires sont prêts à créer l'entreprise Virtualisation qui est active dans l'espace virtuel et donc les fondateurs doivent façonner cet espace qui est basé sur les technologies de l'information et de la communication.
- ***Processus d'achèvement du projet (production, marketing, livraison):*** Après la mise en place de l'entreprise virtuelle, cela fonctionne partenaires pour mener à bien le projet en menant de nombreuses procédures, en fédérant et en dirigeant les efforts (production, Marketing, livraison) .. vers l'objectif.
- ***Dissolution de l'organisation:*** Après avoir atteint l'objectif de l'organisation hypothétique, les partenaires la dissolvent, que le projet réussisse ou cela n'a pas réussi, car les partenaires voulaient arrêter de travailler

4- La différence entre l'organisation physique (traditionnelle ou réelle) et l'entreprise virtuelle :

La différence entre une organisation physique et virtuelle est la suivante:

- Dans l'organisation hypothétique, les individus se rassemblent autour d'une idée, d'un objectif commun et avec leur plein libre arbitre lorsqu'ils Les employés réguliers de l'organisation se rencontrent d'abord pour le salaire, le poste et la sécurité d'emploi plutôt que pour une idée ou une valeur intangible.

- L'organisation hypothétique dépend de l'individu tandis que l'organisation réelle dépend du système et est souvent violée les individus ont ce système et ils sont obligés de le reconstruire à nouveau.
- Dans l'organisation virtuelle, son travail se concentre sur la collecte et la coordination des efforts des individus pour réaliser leurs aspirations réalisation alors que dans l'organisation réelle, son travail est axé sur la résolution des conflits, la gestion des erreurs et la réduction les dépenses ne trouvent pas le temps de les terminer.

5- Avantages et inconvénients de l'entreprise virtuelle:

Une organisation virtuelle présente plusieurs avantages qui se démarquent et représentent son ensemble de fonctionnalités utiles.

5-1- Avantages de la Virtual Corporation: Nous pouvons citer ces avantages comme suit:

- L'entreprise hypothétique est la somme des capacités de base qui conviennent le mieux aux autres: où vous recherchez Entreprise virtuelle sur le meilleur fournisseur et la meilleure solution, le produit qui offre la meilleure qualité et le coût le plus bas.
- Réponse plus rapide aux changements de l'hyper marché: une entreprise virtuelle abstraite est décrite comme Un bureau de contrats est plus qu'une entreprise relative qui est basée sur des bâtiments et des machines, et donc il est plus capable répondre au changement.
- Réponse plus rapide à un objectif extérieur à l'activité de l'entreprise: lorsque l'organisation virtuelle fait face à la concurrence son domaine de

travail est plus apte (et plus flexible) à regarder en dehors de son domaine de travail et de ses opportunités c'est le contraire des entreprises traditionnelles.

- Une réponse plus intelligente au changement des règles et des pratiques de concurrence: avec des relations de réseau croissantes avec les fournisseurs et les clients, il existe un nouveau cadre de création de valeur basé principalement sur le partage d'informations devenez une entreprise intelligente.

5-2- Inconvénients de l'organisation virtuelle:

il y a plusieurs inconvénients à mentionner :

- ***Manque de capacité privée de base:*** les entreprises virtuelles en tant que petites entreprises ou unités dynamiques ce sont, en fait, des entreprises creuses qui manquent de capacités propres et restent donc à la merci de leurs fournisseurs et ses partenaires.
- ***Le problème de coordination:*** l'organisation hypothétique repose sur des fournisseurs, partenaires et distributeurs répartis dans le monde entier les tâches et les emplois sont répartis sur une vaste zone géographique et cela crée un réel problème de coordination.
- ***Compensation des travaux antérieurs:*** l'émergence d'entreprises virtuelles avec leurs services étendus affecte le plus faites-le glisser vers l'endroit le plus éloigné à des coûts proches de zéro, ce qui entraînera une compensation d'investissement génial.
- ***Complexité organisationnelle:*** l'organisation virtuelle se caractérise par une grande complexité due au réseautage et aux relations excessives avec Un grand nombre de fournisseurs,

intermédiaires et clients, en plus d'être sans frontières et de travailler en chevauchement large avec le marché libre, et donc confronté au problème de la complexité organisationnelle résultant de l'évolution des relations.

➤ ***Le problème de la culture de l'entreprise virtuelle:*** comme l'entreprise virtuelle traite des travailleurs virtuels ils sont répartis sur de grandes zones géographiques et le problème de la perte d'identité peut donc exister en raison du manque de la capacité de l'entreprise à atteindre l'unité et l'homogénéité, d'autre part, l'organisation virtuelle travaille sur suivre le marché et saisir les opportunités, mais aussi travailler sur la base d'équipes et d'organisations qui se forment et se dissolvent à chaque un projet ou une commande, et c'est aussi un élément qui réduit l'efficacité de l'organisation virtuelle en tant qu'unité homogène.

6- Problèmes de l'entreprise virtuelle :

Malgré ce que la gestion électronique a connu d'un changement positif pour les entreprises, où ce dernier devient plus rapide la réponse et l'échange d'informations sont plus axés sur le client et en retour face aux entreprises numériques (Par défaut) a de nombreux problèmes :⁶²

✓ **Le problème de la conciliation de la réalisation et de la livraison de la transaction:** L'achat se fait via le web avec des clics effectués en peu de temps des milliers de demandes sont enregistrées pendant cette période en provenance du monde entier, mais le problème réside dans les travaux récents c'est la livraison de la commande, et

⁶² Byrne J. & al (1993), "The Virtual Corporation", Business Week, February 8, pp. 36-40.

nécessite donc ici d'intensifier le travail autant que le travail numérique.

- ✓ **Le problème de l'interaction humaine:** Internet est une technologie interactive et participative, mais il l'a rapidement transformée le commerce électronique en une technologie appliquée qui a perdu son sens humain, et ce qui est attendu aujourd'hui avec ces la capacité interactive d'Internet à être humain en termes de clic, de ton, de sentiment et de valeur, et c'est ce qu'il explique l'appel n'est pas à une négociation intelligente basée sur les technologies de l'information et l'intelligence artificielle, mais sur intelligence émotionnelle basée sur l'interaction et l'intelligence humaine.
- ✓ **Le problème de la confiance:** bien que la confiance soit le cadre le plus important pour l'interaction à distance sur le Web cependant, parmi les entreprises, leurs partenaires fournisseurs et leurs clients, la méfiance est la plus courante dans les affaires électronique, notamment en ce qui concerne la relation client avec l'entreprise, malgré le fort besoin de confiance dans ce domaine.
- ✓ **Le problème de la concurrence sur Internet:** Avec Internet, une concurrence intense et rude n'est pas le problème. Mais le problème vient du grand nombre d'entrants qui ne sont pas censés avoir beaucoup de capital ou de potentiel la haute technologie, mais seul un nouveau modèle économique (une nouvelle façon de fournir le service) suffit le premier sur le marché numérique.
- ✓ **Le problème de la sécurité:** Internet a soulevé des risques liés à la sécurité de l'entreprise en général et ce que cela signifie en termes

de sécurité Données, deals, ... etc. En effet, les entreprises ne sont pas seulement menacées par les concurrents et la vitesse les changements sont également menacés par les professionnels de la cybercriminalité, les hackers et les amateurs.

III: Responsabilité Sociale.

La responsabilité sociale est un concept aux racines anciennes et est apparu à la suite d'accumulation d'abus auparavant Organisations d'entreprises dans le droit des consommateurs, de la société et de l'environnement, en faisant un concept qui doit contenir un message L'organisation pour assurer sa survie sur le marché, cependant, il reste quelques limites pratiques dans l'application de ce concept En tant que programme dans les organisations professionnelles et combien de budget est alloué pour sa mise en œuvre. Dans ce contexte, nous abordons un concept La responsabilité sociale et ses aspects les plus importants.

1- Le concept de responsabilité sociale:

Le concept de responsabilité sociale dans la première moitié du XXe siècle n'était pas clairement connu Les établissements s'efforcent de maximiser leurs profits par divers moyens. Mais avec une critique constante du concept de maximisation les bénéfices montrent des signes que les entreprises adoptent un rôle plus important dans l'environnement dans lequel elles évoluent.

Dans ce contexte, Drucker définit la responsabilité sociale comme: «L'engagement de l'entreprise envers la communauté qui elle y travaille: "Cette définition a constitué la pierre angulaire des études ultérieures et a

largement ouvert la porte à l'étude de ce sujet dans des directions différentes.⁶³

La responsabilité sociale, a noté Strier, «représente les attentes de la société pour les initiatives l'installation est dans le cadre de sa responsabilité envers la société et au-delà du niveau minimum de conformité avec la loi et d'une manière qui ne nuit pas par l'établissement dans le cadre de sa responsabilité envers la société et au-delà du niveau minimum de respect de la loi et d'une manière non nuire aux fonctions de base de l'entreprise afin d'obtenir un rendement adéquat sur ses investissements.

Dans un autre point de vue, Holmes a souligné que la responsabilité sociale n'est rien d'autre qu'une obligation pour l'entreprise vers la communauté dans laquelle vous travaillez en contribuant à un large éventail d'activités sociales telles que lutter contre la pauvreté, améliorer les services de santé, lutter contre la pollution, créer des emplois et résoudre le problème du logement sur la base de ce qui précède, nous pouvons tirer une définition de la responsabilité sociale centrée sur comme c'est l'engagement de l'établissement commercial envers la communauté, qui prend en considération les attentes de la communauté de l'établissement en une image de préoccupation pour les travailleurs et l'environnement, où cet engagement va au-delà de la simple exécution des obligations stipulées légalement.

⁶³ Shamir, R., 2005, Mind the Gap : The Commodification of Corporate Social Responsibility, *Symbolic Interaction*, 28(2), pp. 229-25.

2 - Les variables qui ont contribué à l'émergence du concept de responsabilité sociale:

Les principaux défis et variables qui ont contribué au rôle croissant de la responsabilité sociale sont les suivants:

- **Mondialisation:** en réponse à la tendance croissante et pressante à la mondialisation, les organisations ont généralement cherché à souligner leur intérêt avec les droits de l'homme, en offrant des conditions de travail sûres, en préservant l'environnement et les ressources naturelles, en respectant les lois et la législation sur l'emploi des mineurs.
- **Pression du gouvernement et du public:** représentée par une législation appelant à la protection des consommateurs, de l'environnement et du travail en toute sécurité et le rôle positif des organisations dans la réalisation des droits des consommateurs.
- **Développement technologique:** les développements technologiques ont provoqué une révolution dans les domaines de la technologie et de la dynamique des matériaux opération, qui s'est traduite par la création d'un environnement approprié pour se concentrer sur la qualité et le développement des produits et des processus compétences du personnel.
- **Concurrence internationale:** la concurrence s'est élargie du fait de l'expansion du marché et de ses frontières, de sorte que la concurrence locale se transmet et la concurrence régionale à mondiale, l'exemple le plus frappant en est les entreprises multinationales.

- **Catastrophes et scandales éthiques:** les exemples les plus marquants en sont les usines indiennes de Bhopal et de Tchernobyl le nucléaire en Union soviétique (anciennement) et les scandales de corruption de nombreuses entreprises internationales, dont une American Lockheed et autres. Ces catastrophes et scandales ont été une raison suffisante pour promulguer une loi réglementant le traitement cas de corruption et causes des catastrophes.

3- Types de responsabilité sociale:

De nombreuses variables ont contribué à accroître l'impact des entreprises sur l'environnement dans lequel elles évoluent ces variables sont la taille même des organisations, l'augmentation du nombre de travailleurs et la complexité de la technologie de production et par conséquent accroître son influence et son influence sur les décisions gouvernementales sous diverses formes. Ceci et d'autres étaient un point de départ nombreuses critiques des établissements commerciaux et de leurs énormes profits que la société n'a pas obtenus d'eux et qui contribuent à son développement et améliorer la qualité de vie en son sein Les organisations, en réponse à ces critiques, ont pris l'initiative d'améliorer la situation des travailleurs et l'intérêt pour ce que l'on pourrait désormais appeler la performance sociale interne. Autres photos de cette performance la procédure consiste à améliorer la qualité de vie des travailleurs, à développer les conditions de l'environnement de travail, à assurer la justice professionnelle et à créer des opportunités progrès pour les travailleurs et autres choses, mais malgré cette réponse, les installations utilisaient ces initiatives sociales internes pour améliorer ses

profits et sa position concurrentielle, c'est-à-dire se concentrer sur l'aspect économique.⁶⁴

Au début des années soixante de ce siècle, et après les critiques croissantes, les entreprises ont pris l'initiative d'adopter ce qu'elles pouvaient nous appeler cela une performance sociale externe, car j'ai commencé à contribuer aux activités sociales, à soutenir les infrastructures et autres de choses.

Et nous pouvons remarquer ou deux points de vue opposés ont formé deux modèles contradictoires dans la perception de la direction par l'organisation du rôle Social qui doit être pratiqué.

3-1- Le premier type: Responsabilité économique: L'essence de ce modèle est que les entreprises doivent se concentrer l'objectif de maximisation du profit doit être donné indépendamment de toute contribution sociale, et que les cotisations sociales sont simplement collection ou sous-produits pour maximiser le profit. Et que le partisan le plus éminent de ce modèle est l'économiste américain le lauréat du prix Nobel Milton Friedman déclare que les managers sont des professionnels et non des propriétaires les entreprises qu'ils dirigent afin de représenter les intérêts des propriétaires et, à ce titre, leur mission est d'accomplir leur entreprise est de la meilleure façon possible pour réaliser les plus grands profits pour les propriétaires, s'ils décident de dépenser de l'argent sur des objectifs ils affaibliront la dynamique du marché et, par conséquent, les bénéfices diminueront à la suite de cet échange sur le plan social, cela inflige une perte aux propriétaires, même si des prix ont été payés pour

⁶⁴ Pasquero, J., 2005, La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion : le concept et sa portée, dans : M.-F. Bouthillier-Turcotte, et A. Salmon (Eds.), Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, Sillery, QC : Presses de l'Université du Québec, pp. 112-143.

compenser ce qui a été dépensé sur le plan social, les consommateurs seront également perdants, et s'ils s'abstiennent d'acheter ces produits, les ventes il diminuera et donc l'installation se détériorera.

3-2- Le deuxième type: social: Ce modèle est complètement opposé au premier type, et il tente de: Il remplace dans une large mesure les établissements en tant qu'unités sociales. Nous mettons la société et ses exigences à l'esprit dans tous ses décisions. Peut-être des groupes (groupe Green Peace) ou d'autres groupes qui offrent eux-mêmes, en tant que purs partis sociaux, représentent ce modèle et incitent les entreprises à l'adopter et en retour à trouver des organisations difficulté à équilibrer les exigences de sa performance économique et plus d'engagements dans cette direction sociale, soit le niveau interne ou le niveau de performance externe.

-3-3 Le troisième type: socio-économique: c'est le schéma le plus équilibré où l'on voit que le temps a changé Et que les administrations des entreprises ne représentent pas les intérêts d'une seule partie - les propriétaires - seulement, mais il existe de nombreux autres organismes tels que le gouvernement et la société y sont liés par certaines obligations. Parmi les idées les plus importantes qui soutiennent cette tendance figurent celles qui disent que l'expansion des processus de privatisation a conduit les sociétés à se tourner vers les entreprises pour en assumer la responsabilité présentez ce que les gouvernements ont fait envers les sociétés et l'environnement.

Si la matière pour le monde développé est une condition normale du fait de la maturité des établissements et de leur gestion, alors cela représente un problème grand dans le monde en développement, où la

question a été posée. Le premier modèle est comme les établissements du secteur privé qui n'ont que de réaliser plus de profits même si cela se fait au détriment des intérêts du reste des parties, ce qui pose un problème entre eux. Par conséquent, le deuxième modèle peut être considéré comme représentant une réaction de l'État, principal parti de contrôle dans le tiers monde, car il a présenté ses installations comme des cellules sociales visant à fournir plus de services à la société même si cela se faisait au détriment de leurs performances économiques et a subi des pertes justifiées par leurs exigences sociales même si Ils représentent de mauvaises performances ou cachent une corruption administrative.

À la lumière de ce modèle, il apparaît qu'il existe une convergence de vues à travers le troisième modèle (équilibré).en tant que représentant d'un cas plus réaliste de performance économique et sociale.

4- Philosophie de responsabilité sociale et stratégie d'organisation:

Pour de nombreuses organisations, il semble que l'avantage concurrentiel soit obtenu grâce à l'intégration des opérations et de la composition de l'organisation.

Les produits et services que vous fournissez d'une part, et la philosophie de responsabilité d'autre part, et c'est ce que vous avez tous deux indiqué O'Brien et Robinson, s'appuyant sur ce que l'on a appelé la capacité socialement enracinée et celle de en réalisant l'intégration de l'organisation à son environnement, en tirant des leçons et en concluant des alliances stratégiques avec les entités pertinentes la relation basée sur l'analyse et l'identification des parties prenantes, d'une manière qui apporte des bénéfices pour la société et l'organisation à travers fournir des biens et services à valeur sociale. Pour parvenir à l'intégration

susmentionnée, l'organisation doit se développer ses activités, opérations et engagement à le faire sont les suivants:⁶⁵

- La direction de l'organisation s'engage à appliquer la philosophie de la responsabilité sociale.
- Développement de produits et services requis par les consommateurs.
- Soutenir des activités uniques avec des groupes locaux.
- Engagement à mettre en œuvre des normes commerciales éthiques.
- Éduquer les consommateurs sur les utilisations des produits et faire un suivi à travers des campagnes pour connaître les niveaux satisfaction des consommateurs avec ces produits.
- Engagement à évaluer la performance sociale et environnementale de l'organisation.

Le développement de la réflexion stratégique d'une organisation découle autant qu'il est lié à ses responsabilités sociales en introduisant de nombreuses améliorations internes au niveau des ressources techniques, humaines et opérationnelles, et l'application de tout cela dans le domaine de l'environnement il est logique que ces améliorations et transformations commencent par l'engagement et la conviction de la haute direction dans l'organisation est avant tout importante.

⁶⁵ Litz, R.A., 1996, A Resource-based View of the Socially Responsible Firm, Journal of Business Ethics, 15(12), pp. 1355-1363.

5- Étapes pour construire un programme de responsabilité sociale:

Les étapes d'élaboration du programme de responsabilité sociale de l'organisation peuvent être résumées comme suit:

- Examiner la vision et la mission de l'organisation et l'étendue de son besoin de changement ou d'évaluation, et faire circuler cette vision et cette mission en interne aux employés à différents niveaux et en externe aux consommateurs, actionnaires et propriétaires intérêts.
- Créer une culture organisationnelle basée sur la consultation et adopter des opinions créatives en encourageant les employés et les motiver à présenter des idées liées aux questions environnementales et à approfondir les contributions créatives de l'organisation sur le plan social.
- Examiner les programmes en vigueur pour la diffusion de la culture mentionnés ci-dessus, tels que la formation, l'éducation et l'autonomisation par augmentez les autorisations bloquées pour les niveaux inférieurs.
- Examiner les politiques de l'organisation dans les domaines des droits de l'homme, des droits des travailleurs et de la responsabilité des conseils d'administration parties prenantes et apportant les changements nécessaires pour approfondir la responsabilité sociale de l'organisation.
- Examiner les politiques de sélection et de nomination, en tenant compte des exigences du marché du travail et des considérations sociales Pour ceux couverts par ces politiques.

- Effectuer un examen environnemental des effets des extrants de l'organisation et adopter les politiques nécessaires pour traiter les déchets et les sous-produits et la rationalisation de la consommation pour diverses sources d'énergie et tout ce qui concerne une utilisation sûre Pour les produits de l'organisation concernée.
- Encourager les investisseurs et les actionnaires de l'organisation à prendre en compte leurs responsabilités sociales et à ne pas partir l'organisation est responsable de cela uniquement.

6 -déterminants pratiques de la responsabilité sociale:

La pratique d'activités de responsabilité sociale nécessite de l'argent, mais quel est le montant de cet argent? ce n'est pas clairs ou spécifiques car il n'y a même pas une seule source d'informations sur les coûts des organisations le domaine des activités sociales souhaitées.

Bien que de nombreuses parties prenantes dans les organisations professionnelles accueillent favorablement les programmes cependant, de nombreuses entreprises disposent de ressources illimitées et il convient de noter qu'aucune organisation commerciale n'est préparée pour dépenser à des taux égaux à ce que vous obtenez pendant des années ou des décennies pour sauver ou protéger des vies L'environnement. Et si l'entreprise dépensait un million de dollars pour sauver quelques personnes en purifiant à nouveau l'eau dépenses, l'entreprise peut ne pas avoir un autre million de dollars à dépenser pour d'autres mesures liées à la sécurité afin de sauver plus de vies, déterminer comment allouer des ressources spécifiques est un problème déroutant qui peut être rencontré chaque organisation commerciale tire cela d'un conflit et d'une

contradiction dans le processus de recherche de la satisfaction de différents groupes de personnes parties prenantes dans les organisations professionnelles.

7- Responsabilité sociale du marketing comme exemple de domaines de responsabilité sociale:

On peut dire que la responsabilité dans sa signification est la même et dans diverses fonctions administratives, mais elle diffère dans son degré et l'impact de son exercice en fonction du niveau de management dans lequel il s'exerce et la responsabilité est étroitement liée à l'autorité accordée au site fonctionnel, et il existe trois conditions liées à la responsabilité sociale du marketing, à savoir:⁶⁶

- ✓ **Rôle:** Les activités exprimées en obligations spécifiques dans le cadre de l'exécution du travail.
- ✓ **Causalité:** est la situation qui est une source de préjudice ou un problème qui nécessite une prise de position et une action pour corriger le chemin de cette source à l'état négatif ou positif.
- ✓ **Capacité:** il fait référence aux capacités et aux qualifications qu'une personne doit posséder et qui lui donnent la possibilité de exprimer le poste requis et la responsabilité que cela implique.

Des études qui se sont concentrées sur la responsabilité sociale du marketing ont indiqué qu'il représentait une «cessation des concepts».

Et les pratiques relatives à la tromperie et à la tromperie "; il a été récemment défini comme " la philosophie marketing exprimée ".

⁶⁶ Garriga, E. et D. Melé, 2004, Corporate social responsibility theories : Mapping the territory, Journal of Business Ethics, 53, pp. 51-71.

Avec des politiques, des procédures et des actions qui, dans leur ensemble, visent le bien-être de la société comme objectif principal. "

IV: L'entreprise Environnementale.

Parmi les nouveaux défis posés par l'économie de la connaissance et l'intensité de la concurrence, on retrouve des concepts liés au développement entreprise durable, entreprise environnementale, gestion de l'environnement, CP et autres, qui impose un contrôle à l'entreprise dans ces perceptions et en exploitant ses principes au profit de la compétitivité de l'organisation.

1- Le concept de développement durable:

La Commission mondiale définit le développement durable 1987 après JC: comme "répondre aux besoins du présent sans conduire à Détruire la capacité des générations futures de répondre à leurs propres besoins. »⁶⁷ Ce que l'on entend, c'est être juste avec les générations futures en laissant aux générations futures un équilibre de ressources similaire ou meilleur que l'équilibre dont nous avons hérité, cela comprend plusieurs objectifs, dont les plus importants sont (l'utilisation rationnelle des ressources épuisées, compte tenu de la capacité limitée de l'environnement à Absorption des déchets, utilisation exclusive du produit durable des ressources renouvelables.

En conséquence, la plupart des pays du monde ont imposé des frais de pollution et ont utilisé ces frais pour résoudre les problèmes qui en résultent.

⁶⁷ Lud Vossler - Peter James - traduit par Aad Ahmed Islah, Environmental Management for Quality of Life, MEC Management Professional Expertise Center, Le Caire, 2007, p 12.

D'une part, et encourager la réduction des déchets d'autre part. Il a également publié des lois et décrets dans le cadre de la protection environnement. Il a également créé des entreprises chargées des questions d'environnement, mais son rôle se limitait à surveiller dans son domaine de compétence et son rejet des projets qui nuisent à l'environnement peut entrer en conflit avec d'autres intérêts, et donc la possibilité de leur marginalisation est possible.

C'est pourquoi les efforts déployés après le sommet ont tenu une tentative pour atteindre les objectifs d'amélioration écologique des méthodes production industrielle et recherche de solutions techniques qui aident à promouvoir l'utilisation des ressources naturelles et à résister au gaspillage et à la réutilisation recycler les déchets. Par conséquent, des préoccupations de développement durable ont commencé à émerger concernant des performances réalistes, et ce que l'on sait est apparu Entreprise durable.

2- Le concept d'entreprise durable (entreprise environnementale):

Entreprise environnementale ou entreprise durable ou viable: C'est cette entreprise qui doit fournir des biens et des services pour eux, en fournissant des ressources efficaces avec le moins d'impact environnemental possible et la valeur maximale possible pour la qualité de vie.⁶⁸

Cette définition comprend une projection de la perspective sécuritaire du développement durable pour l'entreprise, qui se compose de trois

⁶⁸ Carroll, A.B., 1999, Corporate Social Responsibility : Evolution of a Definitional Construct, *Business & Society*, 38 (3), pp. 268-295.

destinations (sécurité environnementale, sécurité liée aux ressources et sécurité socio-économique).

Considérant que la sécurité environnementale signifie la capacité de s'appuyer sur la continuité du fonctionnement des systèmes naturels et se traduit pour l'entreprise par le concept de protection de l'environnement; L'application de ce concept permet de protéger les actifs de l'entreprise contre les effets néfastes potentiels de l'instabilité climatique, en aidant à créer des clients plus sains et plus productifs, en réduisant les risques pour la santé et les déchets toxiques et en améliorant la productivité des matériaux naturels exploités par l'industrie.

Quant à la sécurité des ressources: cela signifie la confiance que la nourriture, l'énergie, les matières premières et autres besoins sur le marché sont disponibles dans les quantités requises et à un coût raisonnable, et il appartient à l'entreprise de fournir des biens et des services dotés de ressources efficaces. L'application de ce concept permet de réduire les coûts grâce à une utilisation efficace de l'énergie et des matériaux, de réduire la dépendance à des sources d'énergie instables, de stabiliser les marchés et les prix des ressources naturelles et de stimuler l'innovation et le développement de nouveaux produits.

Considérant que la sécurité environnementale signifie la capacité de s'appuyer sur la continuité du fonctionnement des systèmes naturels et se traduit pour l'entreprise par le concept de protection de l'environnement; L'application de ce concept permet de protéger les actifs de l'entreprise contre les effets néfastes potentiels de l'instabilité climatique, en aidant à créer des clients plus sains et plus productifs, en réduisant les risques pour

la santé et les déchets toxiques et en améliorant la productivité des matériaux naturels exploités par l'industrie.

Quant à la sécurité des ressources: cela signifie la confiance que la nourriture, l'énergie, les matières premières et autres besoins sur le marché sont disponibles dans les quantités requises et à un coût raisonnable, et il appartient à l'entreprise de fournir des biens et des services dotés de ressources efficaces. L'application de ce concept permet de réduire les coûts grâce à une utilisation efficace de l'énergie et des matériaux, de réduire la dépendance à des sources d'énergie instables, de stabiliser les marchés et les prix des ressources naturelles et de stimuler l'innovation et le développement de nouveaux produits.

Quant à la sécurité socio-économique: elle fait référence à une situation dans laquelle les gens ne sont pas incapables de grandir et de se développer en raison du chômage, des taux de criminalité élevés, de l'inégalité des revenus et de la richesse, de l'analphabétisme et de graves menaces pour la santé avant d'atteindre la vieillesse. En termes d'organisation, il se traduit par la fourniture de produits et services pouvant être consommés par tous et capables d'améliorer leur qualité de vie; L'application de ce concept permet d'élargir le cercle des travailleurs et des clients en meilleure santé et plus éduqués, avec des coûts médicaux, juridiques et d'assurance plus faibles, ouvrant les portes de grands marchés pour des produits et services qui répondent aux besoins matériels de base d'une manière écologiquement rationnelle, en réalisant une utilisation efficace des ressources, en réduisant la possibilité d'exposition à l'effondrement social ou aux conflits. Ou des famines, cela renforce la confiance dans un avenir stable, ce qui est vital pour la prospérité de l'économie mondiale.

3- Le concept de gestion environnementale :

Chaque entreprise environnementale doit avoir une gestion environnementale qui œuvre pour protéger l'environnement et la sécurité de ses travailleurs. Selon Rapports de l'Organisation des Nations Unies Le concept de gestion de l'environnement dans les entreprises industrielles repose sur l'élaboration de plans et des politiques environnementales de suivi et d'évaluation des impacts environnementaux de l'entreprise industrielle, y compris les étapes toute la productivité de l'obtention des matières premières au produit final et aux aspects environnementaux liés à cela, et également fondés sur la mise en œuvre des procédures de contrôle les plus efficaces, en tenant également compte des coûts et de l'impact environnemental de ces mesures, ainsi que de la manière dont les ressources sont utilisées. Les outils et méthodes utilisés pour prévenir la pollution et l'utilisation rationnelle des ressources doivent être clarifiés.⁶⁹

En conséquence, la gestion environnementale, comme tout autre département de l'entreprise, a un ensemble d'activités de gestion sur lesquelles elle est basée ses tâches consistent à examiner les conditions environnementales actuelles et à superviser la mise en œuvre de mesures correctives pour réduire les sources de pollution dans les unités de production, à mettre en œuvre des mesures préventives dans le cadre d'un plan global pour une production plus propre, à sensibiliser davantage les travailleurs à l'environnement et à fournir des incitations pour encourager les initiatives volontaires de lutte contre la pollution et renforcer la

⁶⁹ Abdul Samad Nagwa, Talal Muhammad Mudhdi Blanket, Gestion environnementale des installations industrielles comme une entrée moderne vers l'excellence pour l'excellence concurrentielle, Conférence scientifique internationale sur Performance exceptionnelle des organisations gouvernementales, Département des sciences de gestion, Université de Ouargla, 12, 17 mars 2005, p134

participation communautaire et informer les mesures prises pour Les projets CP sont limités. En conséquence, le système de management environnemental est appelé (Iso 14000, qui a été exposé au deuxième semestre), que l'entreprise obtient en appliquant ce que l'on appelle CP.

4 - Le concept de production plus propre: Il est défini par le Programme des Nations Unies pour l'environnement comme: «l'application continue d'une stratégie environnementale préventive intégrée aux procédés et produits afin de réduire les risques liés à l'homme et à l'environnement.» Il est également connu comme «l'amélioration continue des processus industriels, des produits et des services afin de réduire l'utilisation des ressources naturelles. En tant que méthode préventive à la source pour prévenir la pollution de l'air, de l'eau et du sol et réduire la production de déchets afin de réduire au minimum les risques de pollution qui menacent l'homme et l'environnement. Ce programme définit plusieurs méthodes pour parvenir à une production plus propre, y compris la modification de la technologie des processus ou de la fabrication, la modification des matériaux impliqués dans la production, la modification Réutilisation du produit final et de la matière sur le site de production ou dans le cadre des opérations.

V: L'entreprise et entrepreneuriat.

Ces derniers temps, l'accent s'est déplacé vers l'entrepreneuriat ou l'entrepreneuriat, et afin de clarifier davantage le sujet, nous abordons dans ce contexte le concept de contractualisation et ses caractéristiques, les caractéristiques personnelles des entrepreneurs, la culture organisationnelle de la contractualisation et l'encouragement de la contractualisation interne dans l'entreprise.

1- Le concept d'entrepreneuriat:

Le terme entrepreneuriat est une traduction du terme latin entrepreneuriat, ou entrepreneuriat certains chercheurs le traduisent par le terme entrepreneuriat ou par le terme initiative, et l'entrepreneuriat est innovation, dans le monde des affaires, cela signifie aussi aller de l'avant ou exceller dans un domaine, et cela peut aussi signifier gérer quelque chose de nouveau, dans son domaine ou inventer quelque chose de complètement nouveau qui répond à la demande et à la popularité, car ce concept peut être destiné à créer un projet une activité nouvelle ou ajoutée à l'économie, car cela inclut également qui gère les différentes ressources pour introduire quelque chose de nouveau ou inventez un nouveau projet: Eric Michaël La violette et Christophe Loue sol on L'entrepreneuriat a trois concepts complémentaires,

Le premier concept est celui qui définit l'entrepreneuriat comme le processus par lequel les opportunités de création de produits et de services sont créées l'avenir est apparent, évalué et exploité, et les opportunités signifient de nouveaux postes ou produits, services, matériaux les méthodes primaires et d'organisation sont produites et vendues à un prix supérieur au coût de leur production.

On peut dire que l'opportunité existe dans une nouvelle base d'informations utiles à laquelle on peut accéder avec deux conditions: la première s'il dispose d'une information préalable qui complète cette information, lui permettant d'être révélée, et la seconde Un individu doit posséder une certaine priorité mentale pour être évalué.

Le deuxième concept est l'émergence organisationnelle et cela signifie le processus qui conduit à l'émergence d'une nouvelle

organisation et dans celle-ci approche L'entrepreneuriat est considéré comme le processus de création d'une organisation et signifie des activités par lesquelles le créateur d'opportunités est habilité de la mobilisation et de la synthèse des ressources (informationnelles, matérielles, humaines ...) pour incarner l'opportunité dans un projet structuré, Dans cette approche entrepreneuriale, il est un stratège capable de développer une vision entrepreneuriale et un leader capable de conduire le changement en contractant des travaux.

Le troisième concept est un dialogue entre l'individu / la création de valeur, et il peut être défini comme un moteur de changement dans lequel l'individu est perçu en tant qu'agent créateur de valeur déterminant les modèles et le thème de la création de valeur, l'entrepreneuriat se définit dans cette approche comme une situation Associé à la capacité inhérente d'un individu avec un fort engagement personnel (utilisation du temps, de l'argent, de l'énergie, ...) et un projet ou une organisation visible ou une organisation stable avec un modèle entrepreneurial.

La valeur créée est due aux apports techniques, financiers et humains qui génèrent la nouvelle organisation et obtiennent satisfaction pour l'entrepreneur et toutes les parties impliquées, pour l'entrepreneur, la satisfaction est liée à la gestion financière et matérielle et indépendance) quant aux clients (cela concerne (la consommation du produit et / ou service proposé) et pour les parties financières (En créant un dividende pour l'organisation, ainsi que des bénéfices réels et potentiels.)

Ces trois concepts sont intégrés les uns aux autres car aucun d'entre eux ne suffit à décrire le phénomène entrepreneurial. L'approche liée à la création d'opportunités d'affaires constitue l'étape de l'émergence de l'idée

sous forme d'opportunité, contrairement à l'approche lié à la mise en place d'une organisation qui intègre le véritable travail de coordination ou de structuration qui propose la décision de créer avec des formes organisées Quel est le business model, le business diagram, le prototype de produit, cette approche se concentre davantage sur l'étape d'installation du produit et de lancement des activités jusqu'à ce que l'organisation se stabilise; L'approche alternative de création de valeur comprend un principe Le principe fondamental de l'entrepreneuriat est lié au degré de créativité ou de valeur créée par la nouvelle organisation établie par l'individu obligé La dynamique du changement personnel, et la situation est entrepreneuriale lorsqu'il y a une dynamique inhérente entre l'individu et les piliers de la création de valeur, ces piliers peuvent être considérés comme des formes organisées de décision organisationnelle, donc la création effective de valeur ne il ne vient généralement que dans la dernière étape, c'est-à-dire qui a une organisation contractante stable résidant Indicateurs d'activité, de performance et de résultats.

En fait, ces trois approches peuvent être conciliées avec une définition de travail, à savoir que l'entrepreneuriat est le moteur de la création et de l'exploitation d'opportunités commerciales par un individu ou un groupe d'individus en créant de nouvelles organisations dans le but de créer de la valeur.

D'après ce qui précède, on peut dire que l'entrepreneuriat est le processus par lequel un individu ou un groupe d'individus est capable de synthétiser Ressources (informationnelles, matérielles, humaines ...) sur la base d'une évaluation scientifique et rationnelle et l'adoption de compétences de leadership et la créativité pour créer de la valeur (créer de nouveaux produits et / ou services ou y ajouter quelque chose de

nouveau) et les incarner l'opportunité dans un projet structuré et dynamique qui réalise la satisfaction de toutes les parties intéressées, avec une pleine volonté d'organiser les travaux qui y sont associés et de supporter les risques qui en découlent.

2- Caractéristiques entrepreneuriales:

Le concept de sous-traitance dans le domaine des affaires présente les caractéristiques et avantages suivants:⁷⁰

- ✓ L'entrepreneuriat est l'un des intrants du processus décisionnel concernant la meilleure utilisation des ressources disponibles pour atteindre le lancement du nouveau produit ou service, ainsi que pour atteindre le développement de nouvelles méthodes et méthodes pour les opérations.
- ✓ L'entrepreneuriat est l'effort dirigé vers une coordination complète entre les opérations de production et de vente.
- ✓ L'entrepreneuriat est un groupe de compétences en gestion créative basé sur l'initiative individuelle et orienté vers La meilleure utilisation des ressources disponibles et dont les décisions sont caractérisées par un certain niveau de risque.
- ✓ L'entrepreneuriat signifie la pleine conscience des opportunités représentées par les besoins, les désirs, les problèmes et les défis et la meilleure utilisation des ressources pour mettre en œuvre de nouvelles idées dans les projets prévus Très efficacement.

⁷⁰ Fayed Jumaa Salih Al-Najjar et Abdul Sattar Muhammad Al-Ali, Entrepreneuriat et gestion des petites entreprises, Al-Hamed House for Publishing and Distribution, Amman, 2006 p8.

- ✓ L'entrepreneuriat est l'axe de production des biens et services qui se rapporte aux décisions individuelles visant à atteindre Profitez du choix d'une activité économique adaptée.
- ✓ Par contrat, on entend le travail qu'un individu effectue automatiquement, car il achète à un certain prix à l'heure actuelle vendre à un prix incertain dans le futur, ce qui le rend vulnérable aux incertitudes.

3- Caractéristiques personnelles de l'entrepreneur:

Avant d'aborder les caractéristiques personnelles d'un entrepreneur, nous abordons avant cela le concept d'entrepreneuriat:

3-1- Le concept de contractualisation: Le concept de contractualisation s'est développé du XVII^e siècle jusqu'au début du siècle actuel, car l'esprit d'entreprise a commencé à prendre une dimension économique et sociale; L'entrepreneur est la personne qui apporte les ressources, et le travail, et d'autres actifs, en harmonie, rend leur valeur plus grande qu'avant, car c'est lui qui est content en garantissant la richesse pour les autres, il trouve de nouvelles façons de tirer parti des ressources, de réduire les déchets et de créer des emplois pour les autres.

Peter Drucker voit un entrepreneur qui organise et exécute les opportunités. Le concept entrepreneurial exploré comprend un type de comportement qui comprend:

- Prenez des initiatives et bougez ;
- Accepter le risque et l'échec ;
- Organiser et réorganiser le mécanisme économique et social.

En général, l'activité de sous-traitance est:

L'agent qui standardise les moyens de production afin de lui apporter la nouvelle valeur qui le qualifie pour le rétablissement ses ressources financières en plus de déterminer les salaires, les avantages et les bénéfices.

3-2- Caractéristiques personnelles d'un entrepreneur: Un entrepreneur doit avoir les qualités et le caractère entrepreneurial pour pouvoir faire de son organisation une organisation grande et réussie, et parmi ses qualités entrepreneuriales, nous mentionnons:

A- Volonté et inclination au risque : La haute direction dans les grandes organisations exige un plus grand succès plus la quantité d'actifs nécessaire est grande et plus la période est longue relier ces atouts au projet proposé, et cela peut être l'une des raisons expliquant le phénomène d'innovations en cours Plus fréquemment dans les petites organisations que dans les grandes organisations traditionnelles, car les petites organisations acceptent que géré par un seul homme avec l'idée principale est plus risqué que les grandes organisations à propriété multiple ne l'accepteraient.

On pense que les entrepreneurs sont les personnes dont l'activité est basée sur la création d'un nouveau produit ou service, mais cela peut quiconque a le courage de démarrer une entreprise nouvelle ou unique est un entrepreneur, car ce projet porte une sorte il existe une variété de risques, et le risque est varié, que ce soit lors du démarrage ou de l'exploitation du projet, le propriétaire / gestionnaire travaille souvent avec son argent ce risque augmente et augmente généralement avec l'augmentation de la

probabilité d'échec du projet, et plus le degré de désir est grand en cas de succès, la tendance et la volonté de prendre des risques augmentent.

B - le désir de réussir : Les entrepreneurs connaissent bien leurs objectifs et travaillent avec diligence pour les atteindre, ils sont physiologiquement régulés. Ils diffèrent par le degré de désir de réussir et ont des degrés plus élevés que les gens ordinaires dans lesquels ils présentent l'auto-responsabilité pour leurs entreprises et leurs emplois.

Le succès dans le monde des affaires n'est ni facile ni impossible. La facilité et la difficulté sont des questions relatives qui dépendent grandement sur notre volonté, car vous pouvez faire tout ce qui est demandé de vous au maximum, et le succès reste une image sans cadre, et d'autre part vous pouvez obtenir un grand succès dans votre entreprise, il y a des obstacles que vous pouvez rencontrer dans tous les cas, cependant

Vous pouvez sauter par-dessus ses obstacles à mesure que vous persistez à réussir.

C- Confiance en soi : Les personnes qui ont confiance en elles sentent qu'elles peuvent relever des défis et avec confiance en elles les entrepreneurs peuvent faire prospérer leur entreprise, ils ont un sentiment de supériorité et un sens de différentes sortes différents problèmes à un degré plus élevé, de sorte que la confiance en soi active les aspects perceptifs et photographiques de l'individu et ce cela le rend plus optimiste quant au rendement attendu de sa nouvelle entreprise.

Le sentiment de sécurité que les gens recherchent habituellement ne limite pas la mobilité d'une entreprise. Et leur liberté de contrôler les choses, parce qu'ils ont peur de faire des erreurs, ils savent que les erreurs

font partie la taxe sur le travail indépendant et la gestion indépendante, et si l'erreur s'est produite, il n'est pas obligatoire de la cacher, et à la place

Il travaillera sur la créativité, le développement et l'ajout de nouvelles valeurs et services à la société.

D - Rush au travail : Les entrepreneurs font généralement preuve d'un niveau de motivation à travailler plus élevé que les autres, même cette impulsivité et l'enthousiasme prend la forme de l'entêtement et du désir de travailler dur ou dur, les entrepreneurs sont motivés par excellence, ils s'épanouissent et brillent face aux défis, et constituent un domaine vital pour l'esprit d'entrepreneuriat dans le domaine de la production, rt le cœur des idées pour les grandes industries.

E- Volonté volontaire de travailler de longues heures :

Quiconque veut posséder un emploi, même petit, ne peut pas s'attendre à ce qu'il travaille huit heures par jour et cinq jours par semaine, les entrepreneurs sont les premiers le matin à venir travailler et les derniers à partir tous les jours, et ils sont la plupart du temps, ils assistent à des journées entières de la semaine afin de concurrencer les grandes organisations.

F- Engagement : Les entrepreneurs doivent rester concentrés sur leurs objectifs et ne pas abandonner la planification de leurs diverses activités toute personne peut réussir son travail indépendant à condition de ne pas reculer et d'apprendre de ses erreurs et des erreurs des autres. les études ont une relation positive entre l'ampleur de l'engagement et le niveau de réussite du travail, car la survie et la croissance de l'entreprise ne se construisent pas non seulement des caractéristiques telles que la clarté, l'organisation et une bonne planification, mais plutôt que leur croissance

est principalement alimentée par notre capacité à innovation, sacrifice et engagement.

G- optimisme : Les entrepreneurs ont une caractéristique optimiste. Ils ne sont pas pessimistes. Ils sont plus optimistes que les autres. Il est vrai que les gens peuvent ne pas réussir quelque chose, ou à un moment de leur vie, ce qui est inévitable, mais nous sommes Nous devons tirer les leçons de cet échec, car nous considérons l'échec comme un maillon de la chaîne du succès, à condition que ce ne soit pas la dernière étape de la scène. Transformer l'échec en succès, la perte en victoire, c'est comme convertir une énergie négative en énergie positive et penser négatif dans la pensée positive, il y a en effet du pouvoir et de l'énergie derrière la pensée positive, car l'optimisme peut aider réussir.

H- Systématique et systématique : Les entrepreneurs ont le pouvoir d'organiser leur temps d'une nouvelle manière et ils peuvent avoir une vue d'ensemble de manière réaliste, tout en étant conscient des détails fins de cette image, cela nécessite des capacités distingué dans l'analyse et la liaison des variables environnementales, et le propriétaire / gestionnaire n'est pas un idéaliste à la recherche de la perfection les problèmes font partie de sa vie, et nous devons vivre avec eux, car avoir des problèmes au travail ne signifie pas que vous êtes un manager inefficace, c'est plutôt la preuve que vous luttez et que la lutte pour le succès se poursuit.

4- Établissement et création de contrats internes dans les organisations:

Les organisations qui souhaitent établir et établir des contrats internes en leur sein doivent établir de nombreuses procédures le traitement qui assure cela est:

- Encourager de nouvelles idées, encourager les essais et les erreurs et permettre l'échec adopter le principe de ne pas avoir de limite fixe sur les opportunités et économiser les ressources tout en veillant à ce qu'elles soient utilisées de la manière la plus efficace.
- L'utilisation de la méthode des groupes de travail pour établir la culture interne de passation de marchés.
- Mettre en place des structures de soutien solides pour les sous-traitants internes, en regardant vers l'horizon lointain et en assurant le soutien de la direction c'est important pour eux car le produit de l'activité contractuelle interne ne se reflète pas immédiatement dans ses résultats sur la ligne ci-dessous ouvriers.
- Suivez les programmes de bénévolat et les systèmes de récompense appropriés.
- Encourager l'engagement de la sous-traitance interne par les gestionnaires et à tous les niveaux administratifs.
- Identifier et définir les idées et les domaines de travail cibles qui présentent un intérêt pour accompagner les managers et les évaluer En différentes manières.
- Utiliser la technologie avec succès dans les petites et grandes organisations avec une plus grande flexibilité.
- Développer des moyens d'être proche des consommateurs, et la disponibilité d'une base de données aide Organisation, et aider les concessionnaires de l'organisation à atteindre et à approcher le consommateur.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

Un entrepreneur n'opère pas dans le vide car il reçoit le soutien de différents groupes et traite avec de nombreux groupes tels que les travailleurs, les consommateurs, la communauté locale, le gouvernement et autres, en mettant l'accent sur le cercle restreint des entrepreneurs nous constatons que les travailleurs sont le principal acteur de cet environnement et ce sont eux qui seront le principal supporteur des activités de l'entreprise L'entrepreneuriat et doit donc:

- La consécration et l'implantation de l'esprit d'entreprise dans la culture organisationnelle de l'entreprise pour former, ainsi, des valeurs qui guident ;
- Comportement et développement des employés sur la base de celui-ci afin d'activer davantage l'entreprise;
- Encourager l'esprit d'entreprise et la créativité dans l'entreprise et fournir les installations nécessaires à cet effet;
- Encourager les affaires internes à motiver les individus à travailler dur et à faire preuve de créativité;
- Formation pour saisir les opportunités et utiliser les ressources de manière plus efficace ;
- Offrir des possibilités d'apprentissage et de formation aux entrepreneurs internes et encourager de nouvelles idées.

Conclusion:

La complexité du rythme des changements sociaux, économiques et technologiques à la lumière de l'économie du savoir a conduit à l'émergence de la plupart entreprises modernes, où la nouvelle économie a imposé tous les paris qu'elle porte, comme la créativité, les technologies médiatiques et la communication, la compétitivité intense, l'investissement dans les ressources immatérielles, ... etc., les entreprises économiques ont un problème pour s'adapter son environnement et la problématique du choix d'un positionnement stratégique renouvelé basé sur le fait de donner une dimension stratégique à chacune de ses fonctions.

Ce dernier, qui devenait difficile sans obtenir des avantages compétitifs qui l'unifiaient de ses concurrents, ce qui a conduit à la nécessité de son développement. Aux entreprises contemporaines (l'entreprise d'enseignement, l'entreprise hypothétique, l'entreprise environnementale, etc.).

Par conséquent, ces entreprises sont tenues d'adopter de nouveaux concepts, tels que la responsabilité sociale, afin d'éviter les abus le droit des consommateurs, de la société et de l'environnement, et se concentrer sur le soutien et la cohérence de la culture organisationnelle de l'entreprise et l'implantation de l'esprit d'entrepreneuriat et la créativité dans les ressources humaines de l'entreprise, et l'adoption de stratégies environnementales dans les processus de production, de transformation et de vente et d'autres, afin d'assurer sa survie sur le marché et de devenir le leader en obtenant la plus grande part de marché.

BIBLIOGRAPHIE :

1. ABDOUN.A. : Environnement et développement : quelques réflexions, cahier du CREAD n°50, 4eme trimestre 1999.
2. Abdul Samad Nagwa, Talal Muhammad Mudhdi Blanket, Gestion environnementale des installations industrielles comme une entrée moderne vers l'excellence pour l'excellence concurrentielle, Conférence scientifique internationale sur Performance exceptionnelle des organisations gouvernementales, Département des sciences de gestion, Université de Ouargla, 12, 17 mars 2005, p134.
3. Ahmed Bouras, Financement des établissements économiques, Dar Al Uloom, Annaba, Algérie, 2008 p. 24.
4. Alfred Chandler « Stratégie et structure de l'entreprise », 1962.
5. Alsot -Passeron : « Compétitivité et stratégie françaises », Ed Economica, Paris, 1996, page.38.
6. Annabi Benaissa, Consumer Behavior: Environmental Impact Factors (Part One), Service de presse universitaire, Algérie, 2003 p16.
7. Article 684 du Code civil, loi n ° 86-11 de mai 1988.
8. Berchiche : « Typologie des sociétés commerciales avantages et inconvénients », In mutation revue trimestrielle, Ed. CNCA, 1999, page.page.39-44.
9. Bertrand Belzile, Objectif privilégié de l'entreprise, Industrial Relations, 22 (4), p 470.
- 10.Blandine laperche, Dimtri Uzunidis, Responsabilité sociale et profit Repenser les objectifs de l'entreprise, La Revue des Sciences de Gestion, 2011, p114.
- 11.Byrne J. & al (1993), “The Virtual Corporation”, Business Week, February 8, pp. 36-40.

- 12.Mothe, Comment réussir une alliance en recherche et développement, L'Harmattan 1997, p12.
- 13.Carroll, A.B., 1999, Corporate Social Responsibility : Evolution of a Definitional Construct, *Business & Society*, 38 (3), pp. 268-29.
- 14.Erik Stam & Elizabeth Garnsey, Entrepreneurship in the Knowledge Economy, available at, http://www.dur.ac.uk/resources/dbs//faculty/centre_entrepreneurship/publications/ResearchPaper018.pdf, (05/09/2020).
- 15.Fayez Jumaa Salih Al-Najjar et Abdul Sattar Muhammad Al-Ali, *Entrepreneuriat et gestion des petites entreprises*, Al-Hamed House for Publishing and Distribution, Amman, 2006 p8.
- 16.G. Hamel, « Competition for competence and interpartner learning within international strategic alliances », *Strategic Management Journal*, Vol 12, 1991, p9.
- 17.G.Bressy , C.konkuyt, *Economie d'entreprise*, Edition Sirey, 5eme édition, 2000, p 15.
- 18.Gallez.C, Moroncini.A, « le manager et l'environnement », éd, presse polytechniques et universitaires romande, 2003, Italie, P.15.
- 19.Garriga, E. et D. Melé, 2004, Corporate social responsibility theories : Mapping the territory, *Journal of Business Ethics*, 53, pp. 51-71.
- 20.Ghoul Farhat, Al-Wajeez fi Al-Maqtisat fi Al-Establishment, Première édition, Algérie, 2008, Dar Al-Khaldounia, p.139.
- 21.Hamad Rashid Al-Ghadeer, *Département des achats et du stockage*, deuxième édition, Zahran House, Amman, Jordanie, An 2000 p4.
- 22.Hamza Mahmoud Al-Zubaidi, *Financial Analysis, Performance Evaluation and Predicting Failure*, Fondation Al-Warraq pour l'édition et la distribution, Amman, 2000, p. 144-14.
- 23.http://www.francais.cci-paris-idf.fr/wp-content/uploads/downloads/2011/10/marketing_mix.pdf consulté le 13/02/2020.

- 24.<http://www.fsa.ulaval.ca/simkaid/simk.htm> consulté le 13/02/2020.
- 25.Ilídio Lopes, Maria do Rosário Martins and Miguel Nunes, Towards the Knowledge Economy: the
- 26.ISUMO EKEMBE, L'entreprise: sa mission, ses objectifs et buts, ses politiques, ses stratégies et ses tactiques, Licence gestion financière, Université de Kinshasa, 2010, p15.
- 27.jean Longatte, Jacques Muller, Economie d'entreprise, Dunod, Paris, 2004, p01.
- 28.Jean. Pierre. Lorriaux : « Economie d'entreprise », Ed Dunod, Paris, 1991, page.33
- 29.Karim. SI LEKHAL ; Yusuf. KORICHI ; Ali. GABOUSSA « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives ».2013.P10.
- 30.Kasser Nasr Al-Mansour, «Gestion de la production et des opérations», Maison d'édition et de distribution Hamed, Amman, 2000 p25.
- 31.Khalil Muhammad Hasan Al-Shamaa, Khudair Kazem Hammoud, La théorie de l'organisation, Dar Al Masirah, Jordanie, 2001, p362..
- 32.Khatim Muhammed Al-Eid, Quality Management and Corporate Strategy: A Field Study of Sonelgaz Corporation, Majester (non publié), Department of Commercial Sciences, Université Mohamed Boudiaf, Al-Messila, p. 1.
- 33.Knowledge Management, Volume 3, Issue 2, 2005.
- 34.Kristoffer Jacobsen, A study of virtual organizations-in mobile computing environments, TDT4735 Project in Software Engineering, Norwegian University of Science and Technology, Department of Computer and Information Science, NTNU, Fall 2004.

- 35.L'organisation virtuelle », disponible sur: www.sicov.lu/modates.phm?name=content. Pa= print2. Print=3 ; consulté le : 15/03/2020.
- 36.Litz, R.A., 1996, A Resource-based View of the Socially Responsible Firm, Journal of Business Ethics, 15(12), pp. 1355-1363.
- 37.Lud Vossler - Peter James - traduit par Aad Ahmed Islah, Environmental Management for Quality of Life, MEC Management Professional Expertise Center, Le Caire, 2007,p 12.
- 38.M. Lescure (dir.), Le crédit inter-entreprises, Entreprises et Histoire, n° 77, décembre 2014.
- 39.M.KHODJA, Cour de Gestion des entreprises, p3 publie dans : <https://www.ummtodz/wp-content/uploads/2018/>.
- 40.M.Meziani, « la gestion de la qualité par la certification et la compétitivité des entreprises », université de Bejaia, faculté de droit et science économique, 2004, P.16
- 41.Martin boddy, the knowledge-driven economy, regional economic strategy and regional spatial strategy in the south west of England. Bristol, England, April 2005, available at: <http://www.southwestrda.org.uk/downloads/subsection.asp?SubSectionID=13&lang>, (02/03/2012)
- 42.Muayad Saeed Salem, Bases de la gestion stratégique, DAR Wael Publishing House, Jordanie, 2005, p. 148.
- 43.Nasser Dadi Adoun, economie d'entreprise, Muhammadiyah Public House, 1998, p11.
- 44.Omar Sakhry, Economie de la Fondation, Bureau de la presse universitaire, Algérie, 2006, p62.
- 45.Par Eric Picarle, Le cycle de vie d'une entreprise, 2018, publie dans <https://www.bdo.fr/fr-fr/blogs/entreprise-a-360%C2%B0/janvier-2018/cycle-vie-entreprise.>

- 46.Pasquero, J., 2005, La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion : le concept et sa portée, dans : M.-F. Bouthillier-Turcotte, et A. Salmon (Eds.), Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, Sillery, QC : Presses de l'Université du Québec, pp. 112-143.
- 47.PIERRE CONSO, Gestion Financière de l'entreprise, 8ème édition, Paris, 2000, P72.
- 48.R.Amit, PJ. Schoemaker, « Strategic assets and organisational rent », Strategic Management Journal, Vol 14, 1993, p44.
- 49.Rahim Hussein, Stratégie de la Fondation, Maison Bahaa El-Din, Constantine-Algérie, 2008 p.143.
- 50.RUBIN M.R., TAYLOR M., The Knowledge Industry in United States: 1960-1980, Princeton University Press, Princeton (1984), p5.
- 51.Samir Mohamed Abdel-Wahab, Leila Mostafa El-Baradei, Gestion des ressources humaines (nouveaux concepts, domaines et tendances), Centre d'études Conseil en administration publique, PARC Le Caire, 2007, p 14.
- 52.Shamir, R., 2005, Mind the Gap : The Commodification of Corporate Social Responsibility, Symbolic Interaction, 28(2), pp. 229-25.
- 53.Soma Ali Sulaitin, La gestion stratégique et son impact sur l'amélioration de la performance des organisations commerciales: une étude de terrain sur les organisations industrielles générales de la côte Al-Suri, Master en administration des affaires, Université de Tishreen, Lakdia, Syrie, 2006.
- 54.Synthèse Najib ibn Abdeljalil "l'entreprise et son environnement » p .103,104 édition1999.
- 55.Technological Innovation and Education Impact on the Value Creation Process, Electronic Journal of

- 56.Ulrich Beck, La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité, trad. de l'allemand par L. Bernardi. Paris, Aubier, 2001, p521.
- 57.V. Baron. pratiquer le management de l'environnement : les réponses a vos questions. Edition AFNOR, 2005, p 186.
- 58.Valérie.B, « pratiquer le mangement de l'environnement : les réponses à vos questions », édition. Afnor, 2005, P.216.
- 59.Wahiba Hussein Dasi, La gestion des connaissances et son rôle dans l'obtention d'un avantage concurrentiel: une étude appliquée dans les banques gouvernementales syriennes, une recherche préparée pour l'obtention d'un diplôme Majester of Business Administration, Faculté d'économie, Université de Damas, 2006-2007 p.85.
- 60.Wernerfelt, « A ressource-based view of the firm », Strategic Management Journal, Vol 5, 1984. p5.
C. Mothe, Comment réussir une alliance en recherche et développement, L'Harmattan 1997, p15.
- 61.Whicker, L.M and Andrews, K. M, HRM in the Knowledge Economy: Realising the Potential, Asia Pacific Journal of Human Resources, V42, N2, 2004.
- 62.Widad Guechtouli ; Manelle Guechtouli «L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités? ».2014. Page.10
- 63.Zakaria Azzam, Abdul Basit Hassouna, Mustafa Al-Sheikh, Principes du marketing moderne entre théorie et pratique, Dar Al-Masirah, Amman, 2008, p28
- 64.Ziad Salim Ramadan, Fundamentals of Financial Management, Safaa Publishing and Distribution House, Amman, Jordanie, quatrième édition, 1997 p.222.
- 65.Zygmunt Orlowski, Nina Szkennik, Virtual organization –future organizational type of repair works companies, http://leidykla.vgtu.lt/conferences/MBM_2007/2pdf/Orlowski.pdf, [Accessed 12th September 2014].

Liste des figures :

Liste des figures :	page
Figure n ° (01): l' entreprise comme système ouvert	15
Figure n ° (02): le cycle de vie de L'Entreprise.....	18
Figure n ° (03): les composant L'environnement L'Entreprise	23
Figure n ° (04): les 5 forces de porter.....	50
Figure n ° (05): Stock de sécurité et stock minimum.....	84

Liste des Tableau :

Tableau n ° (01): Critères de distinction entre la taille des entreprises en Algérie.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

Table des matières :

	page
Introduction générale:	2
Chapitre I : Entreprise économique: concepts de base	4
Introduction	5
I : L'Entreprise économique et ses objectifs	6
1- Définition de l'entreprise économique	6
2- L'entreprise et autres termes.....	7
3- Les principaux objectifs de l'activité de l'entreprise économique...	9
II: L'Entreprise économique en tant que système	13
1- Concept du système.....	13
2- Le concept d'entreprise en tant que système.....	14
III: le cycle de vie de L'Entreprise	16
1- Division de MILLER & KIMBERLY 1980.....	18
2- Division de FULD & HOUSE 1995.....	19
3-Division de Gup.....	20
IV: L'Entreprise et l'environnement	22
1- Définition de l'environnement.....	22
2- Raisons d'étudier l'environnement.....	23
3- les composants l'environnement.....	24
4- Caractéristiques l'environnement.....	29
5- Interaction entre l'environnement et entreprise économique.....	31
6- Comment gérer l'environnement et entreprise.....	34
V: Classification des entreprises économiques	37
1- Norme juridique.....	37
2- Norme économique.....	43
3- Norme de taille.....	44
VI: Stratégie d'entreprise	45
1- Définition de la stratégie.....	45
2- Importance stratégique d'une entreprise.....	47
3- La voie stratégique générale (Démarche stratégique) Les étapes du management stratégique.....	49
4- Options stratégiques	58
Chapitre II: Emplois de l'entreprise économique	68
Introduction.....	69
I : Fonctions Financière	70
1- Concept de la fonction financière.....	70
2- Fonctions de la fonction financière.....	71
3- Le concept de financement.....	71

ECONOMIE D'ENTREPRISE

4- Types de financement.....	72
II: Les Ressources Humaines	72
1- Le concept de gestion des ressources humaines	73
2- Les fonctions de la fonction de gestion des ressources humaines.....	74
III: L'offre.....	75
1- Définition d'une fonction de restauration.....	75
2- Tâches de la fonction de stockage.....	81
IV: La Production.....	90
1- Concept de production.....	91
2- Activité productive.....	91
3- Gestion de la production.....	92
V: Marketing.....	97
1- L'émergence de la fonction marketing.....	97
2- Concept de marketing.....	98
3- Éléments du mix marketing	99
4- Système d'information marketing et recherche marketing	100
5- Autres concepts en marketing.....	104
VI: Recherche et Développement.....	108
1- Concept de recherche et développement.....	108
2- L'importance de la fonction recherche et développement	110
3- L'intérêt pour la fonction de recherche et développement	110
4- Façons d'acquérir la technologie dans l'entreprise.....	113
VII : Gestion de la Qualité.....	114
1- Concept de qualité.....	114
2- Le concept de Total Quality Management.....	116
3- Les Normes de qualité.....	121
<i>Chapitre trois: La nouvelle direction de l'entreprise économique</i>	126
Introduction.....	127
I : L'économie De La Connaissance.....	128
1- Le concept d'économie de savoir.....	128
2- Caractéristiques de l'économie de savoir.....	130
3- Piliers de l'économie de savoir	133
II: L'entreprise Virtuelle.....	135
1- Concept d'entreprise virtuelle.....	135
2- Caractéristiques d'un 'entreprise virtuelle.....	136
3- Les étapes du cycle de vie de l'entreprise virtuelle.....	137
4- La différence entre l'organisation physique (traditionnelle ou réelle) et l'entreprise virtuelle.....	138
5- Avantages et inconvénients de l'entreprise virtuelle.....	139
III: Responsabilité Sociale.....	143
1- Le concept de responsabilité sociale.....	143

ECONOMIE D'ENTREPRISE

2 - Les variables qui ont contribué à l'émergence du concept de responsabilité sociale.....	145
3- Types de responsabilité sociale.....	146
4- Philosophie de responsabilité sociale et stratégie d'organisation.....	150
5- Étapes pour construire un programme de responsabilité sociale.....	151
6 -déterminants pratiques de la responsabilité sociale.....	152
7- Responsabilité sociale du marketing comme exemple de domaines de responsabilité sociale.....	153
IV: L'entreprise Environnementale.....	154
1- Le concept de développement durable.....	154
2- Le concept d'entreprise durable (entreprise environnementale).....	155
3- Le concept de gestion environnementale	158
4 - Le concept de production plus propre.....	159
V: L'entreprise et entrepreneuriat.....	160
1- Le concept d'entrepreneuriat.....	160
2- Caractéristiques entrepreneuriales.....	163
3- Caractéristiques personnelles de l'entrepreneur.....	164
4- Établissement et création de contrats internes dans les organisations....	168
Conclusion.....	171
Bibliographie	173
Liste des tableaux	180
Liste des figures	180
Table des matières	181