

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

Pour s'organiser, L'entreprise doit diviser son activité et effectuer de multiples tâches qui peuvent être regroupées en ensembles homogènes du point de vue de leur finalité. Ce sont ces regroupements homogènes de tâches qu'on appelle : **les fonctions**.

FAYOL a distingué, au début du 20^{ème} (1910) siècle, six grandes fonctions générales : fonction administrative, fonction technique, fonction commerciale, fonction financière, fonction de sécurité et fonction comptable.

D'autres auteurs ont développé par la suite des récentes fonctions dont l'objectif est de répondre à l'évolution rapide de l'économie d'entreprise.

I. La fonction administrative

A. Définition :

La fonction administrative assure la direction de l'entreprise : « administrer, c'est à la fois prévoir, organiser, commander, coordonner et contrôler ».

Ainsi, La fonction administrative est synonyme de **gestion**. Il s'agit de trouver la meilleure utilisation possible des moyens mises à la disposition du titulaire (responsable) de cette fonction administrative pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé.

Dans l'entreprise, l'information circule, est saisie, stockée, traitée pour permettre une décision finale qui sera diffusée. Pour organiser cette circulation de l'information, l'activité administrative semble indispensable au fonctionnement de toutes les entreprises.

En effet, Administrer une entreprise c'est :

- Prévoir
- Organiser
- Commander
- Coordonner
- Contrôler

1. Prévoir : C'est le préalable à toute action. La prévision porte sur :

- La détermination de la politique, la stratégie ou le programme à poursuivre
- La fixation des objectifs à atteindre
- L'étude et l'évaluation des moyens nécessaires.

La prévision suppose ainsi, l'étude de la conjoncture et l'analyse des résultats et des ressources internes.

2. Organiser : C'est fournir à l'entreprise les moyens et les méthodes nécessaires à la réalisation de ses objectifs, et diviser l'activité de l'entreprise en tâches et responsabilités confiées aux services et directions spécialisées.

On mettra en œuvre les moyens humains, matériels et financiers, de manière optimale, c'est-à-dire permettant d'obtenir le maximum de production avec le moindre coût.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

Ainsi, l'entreprise doit être organisée :

- Sous l'angle social (politique des relations sociales) ;
- Sous l'angle technique ;
- Sous l'angle financier ;

...de façon rationnelle et efficace.

L'organisation relève donc des connaissances psychologiques, scientifiques et financières.

3. Commander : C'est mettre en action les moyens dont dispose l'entreprise. Il faut donc :

- Donner des directives (ordres)
- Prendre des décisions ;
- S'assurer de leur exécution.

Cette fonction suppose :

- Des connaissances humaines, psychologiques (l'art de commandement) ;
- Des connaissances techniques afférentes à la tâche à accomplir ;
- Des connaissances précises sur l'entreprise et son organisation.

4. Coordonner : C'est :

- Maintenir et assurer l'unicité, et la cohérence des organes (services et directions) de l'entreprise
- Harmoniser les fonctions de chaque secteur de responsable.
- Veiller à ce que tout se passe conformément aux directives données.

5. Contrôler : C'est vérifier et évaluer la réalisation des résultats :

- par rapport aux ordres donnés,
- par rapport aux objectifs fixés.

B. Activités et missions :

L'activité administrative est une activité de soutien. Elle n'est pas directement productive mais, sans elle, toutes les autres activités de l'entreprise sont impossibles à réaliser. En effet, si l'information arrête de circuler, la gestion, et même le fonctionnement entier de l'entreprise, sont freinés.

Les missions de la fonction administrative sont nombreuses et très variées. Elle donc assurée par deux activités principales :

- La gestion de l'information
- la gestion du personnel.

1. Gestion de l'information :

La gestion de l'information comporte plusieurs étapes :

- Dans un premier temps, les informations sont collectées auprès de différentes sources.
- L'information peut venir de l'intérieur de l'entreprise : du service comptabilité (bilan, compte de résultat), du service commercial (études de marché), du service personnel

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

(Bulletin de paie , journal d'entreprise,)Elle peut également venir d'une source extérieure (partenaires, documentations, ...)

Exemple : les banques, les fournisseurs, les clients nous donnent en permanence des informations (factures, relevés de compte, bons de commande,...)

- Les informations collectées sont sélectionnées, saisies, traitées et puis diffusées aux différents destinataires.
- L'information doit circuler de façon optimale tant pour les activités opérationnelles de l'entreprise (relatives à la production) que pour les activités qui les soutiennent (recherche-développement, gestion du personnel,etc...).
- La qualité et la pertinence des informations aura une incidence sur les décisions prises au sein de l'entreprise.

2. Gestion du personnel :

La fonction « **personnel** » s'occupe des activités administratives du personnel qui sont essentiellement liées à la création des emplois, Contrat du travail, la paie...

La fonction ou la gestion de personnel a pris actuellement une dimension plus étendue et stratégique qui intègre l'aspect social sous l'impulsion de **l'école des relations humaines**. Or, dans le cadre de ces nouvelles approches, on parle actuellement de : **la gestion des ressources humaines (la GRH)**.

La GRH est une discipline de gestion qui a pour objet d'ajuster et développer en permanence les besoins et les ressources en personnel de l'entreprise.

Actuellement, plusieurs tendances ont rendu la G.R.H plus professionnelle, plus importante et plus complexe. Elle est devenue un membre à part entier de la direction générale avec un pouvoir à la consultatif et un pouvoir décisionnel.

Elle contribue à faire des hommes (le capital humain) une véritable **richesse** pour l'entreprise, à travers des actions/politiques stratégiques et planifiées à savoir :

- Politique de recrutement :
- Politique de formation
- Politique de rémunération
- Politique de motivation
- Politique de gestion de carrières... etc.

a. le recrutement :

Le recrutement est une décharge d'adéquation entre un poste et un candidat.

Le recrutement consiste à rechercher, sélectionner et embaucher un nouveau salarié pour pourvoir un poste vacant ou à créer, et par conséquent mettre à la disposition de l'entreprise, les moyens humains nécessaires

« Le problème que pose tout recrutement est d'assurer la meilleure adéquation entre des aptitudes individuelles et les besoins d'un poste. »

- **Définition du poste** : C'est l'analyse objective de la nature du travail à réaliser. (mission, responsabilité et objectifs du poste.
- **Définition du profil** : Le profil présente l'ensemble des caractéristiques et des conditions requises des éventuels candidats pour accéder au poste en question (Compétences spécifiques, Expérience acquise, Qualités personnelles....)

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- Définition et mise en place de la politique de recrutement : (identification des sources et de la campagne de recrutement, sélection et intégration des candidats recherchés...)

b. la formation :

La formation est un investissement immatériel qui permet à l'entreprise :

- D'obtenir l'adéquation qualitative entre les aptitudes des salariés et les postes de travail.
- Développer des savoirs, compétences, et des potentialités du personnel.
- Améliorer et renforcer la compétitivité de l'entreprise à travers la qualité et la productivité de ses ressources humaines.....

c. La rémunération :

La rémunération est une récompense fournie par l'employeur à son employé en contrepartie du travail fourni.

La rémunération vise à :

- Attirer, fidéliser et motiver les collaborateurs de l'entreprise
- Maintenir un équilibre économique (gestion efficace des charges du personnel) et social (équité sociale).
- Répondre d'une part aux objectifs de l'entreprise en termes de rendement et de productivité de son personnel, et aussi bien aux exigences et responsabilités sociales.

La rémunération peut revêtir plusieurs formes :

- Salaire de base
- Indemnités
- Primes
- Avantages en nature /Allocations.....

d. La motivation

De nos jours, la motivation des RH est indéniablement un facteur fondamental de la réussite de l'entreprise.

C'est un processus qui implique la volonté de faire des efforts, d'orienter et de soutenir durablement l'énergie, et la charge de travail vers la réalisation des objectifs liés essentiellement à la meilleure performance du personnel au travail .

La politique de motivation vise essentiellement :

- Valoriser et apprécier les comportements ainsi que les compétences du personnel, dont l'objectif ultime est d'améliorer l'image de marque de l'entreprise.
- Assurer la compétitivité du personnel à travers leur productivité dans leur travail.
- Favoriser et récompenser les collaborateurs par l'initiative d'un esprit de groupe, de solidarité, et de communication.

II. Fonction commerciale :

A. Définition :

La fonction ou L'action commerciale est l'ensemble des tâches qui visent à la satisfaction des besoins de la clientèle, qui assurent la réalisation optimale des achats et des ventes, et qui contribuent directement au dynamisme commercial de l'entreprise.

B. Activités et missions :

La fonction commerciale a comme activité principales : l'approvisionnement/Achat et vente.

1. L'approvisionnement :

C'est l'acte d'achat et de mise à disposition des matières premières, fournitures et composants nécessaires à l'activité de production d'une entreprise.

L'approvisionnement a pour fonction de :

- Fournir en quantité et qualité suffisantes, au moment voulu et au coût le plus bas possible, les matières nécessaires aux différentes étapes de la production.
- Gérer les achats et les stocks détenus par l'entreprise

La fonction achat a pour objectif fondamental est de répondre aux exigences de la production et du marché.

Ces objectifs et exigences portent essentiellement sur :

- a. Prix/coûts :** la mise en concurrence des fournisseurs potentiels, l'achat en grande quantité, la standardisation permettent une réduction du prix d'achat.
- b. Continuité :** explique :
 - la prévision des besoins
 - l'analyse de la santé financière des fournisseurs
 - le développement des relations de partenariat avec les fournisseurs.
- c. Flexibilité :** signifie :
 - le choix de fournisseurs pouvant s'adapter rapidement à l'évolution des besoins
 - l'amélioration des relations clients et fournisseurs.
- d. Qualité :** par
 - L'intervention du client dans la conception et la fabrication des fournitures.
 - La recherche d'une homogénéité des fournitures.
 - Le choix des méthodes de contrôle.
- e. Sécurité :** c'est l'approvisionnement dans l'objectif est de respecter des termes du contrat, autrement :
 - La continuité des livraisons
 - La sécurité des entrepôts.
 - La solidité des fournisseurs

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

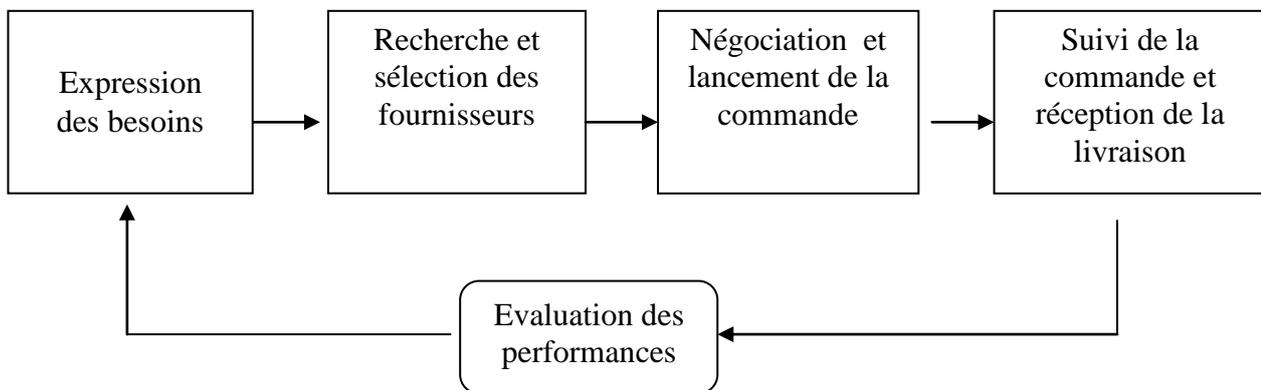
f. Délais : c'est

- La régularité des livraisons (respect des délais de livraison)
- La recherche d'une diminution des délais
- La fiabilité du fournisseur et du transporteur.

• Le Processus D'approvisionnement/Achat

C'est l'ensemble des étapes nécessaires pour répondre aux objectifs de l'activité commerciale de l'entreprise, dès l'expression des besoins à la réception de la livraison.

Le processus d'achat peut être représenté par le schéma suivant :



2. L'action de vente

La vente est l'action qui consiste à mettre le produit à la disposition de client /Marché en contrepartie de règlement

La vente peut s'effectuer sous de multiples formes qui peuvent être combinées au sein d'une même entreprise pour constituer un système de vente original, on parle ainsi **des méthodes de vente**.

La méthode de vente est l'ensemble des techniques utilisées pour vendre un produit.

La méthode de vente est fonction du lieu de la vente (magasin, domicile, rue...), du type de magasin, de type de produit.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

Méthodes de vente et caractéristiques

Méthode de vente	Caractéristiques
Vente traditionnelle	Vente qui repose sur le contact humain direct entre le vendeur et l'acheteur. Elle est pratiquée dans les petits commerces, mais aussi dans les "boutiques" à l'intérieur des grands magasins. Autrefois la boutique s'appelait "Epicerie" ou "Quincaillerie". Les pharmacies, les cafés... pratiquent cette vente.
Vente en libre-choix	Elle permet au consommateur de choisir librement ses produits, de demander éventuellement conseil à un vendeur spécialisé qui se tient à disposition, et d'aller payer à la caisse du rayon correspondant. Elle est utilisée dans les magasins populaires.
Vente en libre-service	Le consommateur se sert seul, dispose ses achats dans un chariot ou un panier et paie l'ensemble de ses achats à une caisse située à la sortie du magasin. Le produit doit se vendre seul, sans l'intervention d'un vendeur. Le produit est mis dans des linéaires (rayons). Cette méthode de vente est utilisée dans les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) à dominante alimentaire.
Vente assistée	C'est une forme de vente en libre-service donnant la possibilité au consommateur de s'informer auprès de conseillers qui se tiennent à sa disposition. Elle est utilisée dans les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS).
Vente à domicile : - vente individuelle - vente par réunion	Caractérisée par la présence du vendeur au domicile de l'acheteur, la vente à domicile regroupe deux méthodes de vente : - 1 - Le vendeur (le plus souvent exclusif et à temps complet), se rend en prospection au domicile du consommateur pour lui présenter et lui vendre ses produits : livres (Hachette, Larousse), aspirateurs, produits d'entretien... - 2 - Le vendeur est reçu au domicile d'une personne (l'hôtesse) qui a invité un groupe d'amis intéressés par la présentation des produits. L'hôtesse reçoit un cadeau en contrepartie de l'organisation de la petite réunion et de la distribution des commandes livrées chez elle. Cette vente est pratiquée par Avon, Tupperware ...
Vente à distance (VAD) : - vente par correspondance (VPC) - supermarché à domicile - télé-achat.	Caractérisée par l'absence de contact direct entre acheteur et vendeur, la VAD regroupe trois méthodes de vente : - 1 - Elle consiste à choisir chez soi, à partir d'un catalogue, un ou plusieurs produits et passer commande par courrier, par téléphone ou par minitel. Les produits sont alors envoyés par la société directement au domicile de l'acheteur. Exemples : La Redoute, Difor, Nouvelles Frontières, Les 3 Suisses etc.. - 2 - Véritable VPC portant sur les produits de grande consommation constituant l'assortiment moyen d'un supermarché : Commandés par courrier, par téléphone ou minitel, les produits sont livrés 6 jours sur 7 au domicile de l'acheteur dans un délai de 2 à 48 heures. - 3 - VPC à partir de produits présentés dans le cas d'émissions télévisées.
Vente par tournées	Elle est assurée le plus souvent par des commerçants possédant une camionnette aménagée, réalisant des tournées à la campagne ou parfois en périphérie des villes et sur les foires et les marchés.
Vente par distributeur automatique	L'offre du produit et l'acte de vente sont proposés par un distributeur automatique. Le consommateur dispose du produit ou de service, immédiatement, en contrepartie du paiement (espèce, ou carte bancaire).

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

C. Connaissance du Marché :

1. Concepts de base :

- Pour l'économiste, le **marché** est défini comme le lieu de rencontre des vendeurs et des acheteurs de biens et de services où, de la confrontation entre l'offre et de la demande, va naître le prix d'échange.
- Pour les spécialistes du marketing, le **marché** est constitué par l'ensemble des personnes ou organisations qui consomment ou sont susceptibles de consommer le ou les produits fabriqués par l'entreprise.
- **L'offre** désigne la quantité de biens et services que les vendeurs sont prêts à vendre pour un prix donné.
- **La demande** désigne la quantité de biens et services ou capitaux que les acheteurs sont prêts à acquérir à un prix donné, étant donné leurs revenus et leurs préférences.
- **Le prix** c'est la valeur, exprimée en monnaie, des biens (ou services) effectivement échangés. Théoriquement, le prix dépend de l'offre et de la demande. Si l'offre d'un bien est supérieure à la demande, le prix de ce bien a tendance à baisser, et réciproquement.

2. La classification des marchés :

Il n'existe pas un, mais plusieurs marchés, qui peuvent être classés selon des critères tels que :

- La destination du produit : marché des biens de consommation, biens de production, marché de capitaux
- La nature physique du produit : marché industriel, agricole...
- La périodicité : marché saisonnier, permanent ;
- Le degré de développement du marché : marché nouveau, marché porteur (en croissance), marché saturé.
- L'étendue géographique : Marché local, régional, national, européen, international.

3. les mécanismes de fonctionnement du marché :

a. la sensibilité de l'offre et de la demande :

Le marché de la théorie économique sert de cadre de référence à la description du fonctionnement de tous les marchés.

Sur un marché, les quantités offertes et demandées d'un bien varient lorsque le prix de ce bien change.

Le tableau suivant résume la nature des variations de l'offre et de la demande.

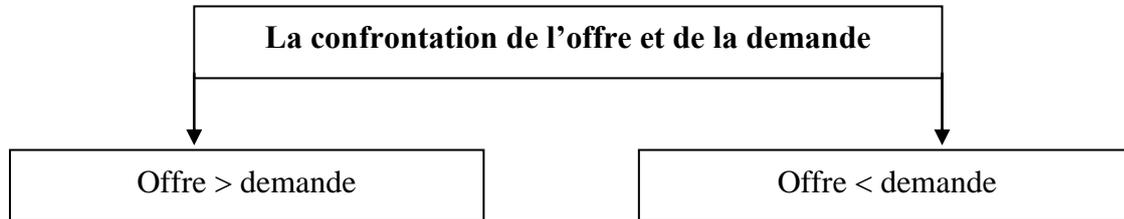
Réactions Variations	Offre	Demande
Augmentation du prix	L'offre augmente car les vendeurs veulent profiter d'une opportunité de gain.	La demande diminue car les produits deviennent plus chers pour les acheteurs.
Diminution du prix	L'offre diminue car certains vendeurs se retirent ou disparaissent.	La demande augmente car les produits sont moins chers pour les acheteurs.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

b. le prix d'équilibre :

Dans le modèle de l'économie de marché, c'est la libre confrontation de l'offre et de la demande qui va déterminer le prix d'équilibre du marché.



Les e/ses sont en concurrence et devront Baisser leur prix pour écouler leur Production.

les acheteurs entrent en concurrence et acceptent une augmentation du prix.

Ceci aura pour effet :

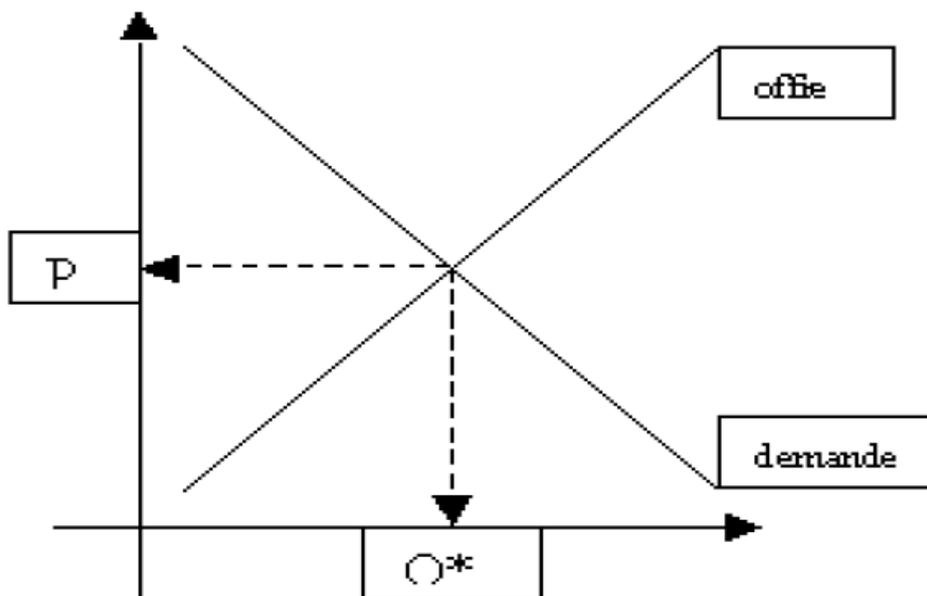
- D'augmenter la demande.
- De diminuer l'offre.

Ceci aura pour effet :

- De diminuer la demande
- D'accroître l'offre.

• Présentation graphique :

- **la fonction d'offre** est une fonction croissante par rapport au prix : Plus un bien est échangé à un prix élevé, plus les entreprises seront incitées à le produire.
- **La fonction de demande** est une fonction décroissante par rapport au prix : la demande d'un bien est d'autant plus importante que le prix de ce bien est faible.



Au point d'intersection des deux courbes Q^* , la demande est égale à l'offre et ce, à un prix d'échange P^* .

D. Evolution de la fonction commerciale et nouvelles conceptions

Actuellement, avec l'évolution rapide de l'économie mondiale, marquée par la mutation du commerce international et une concurrence rude et acharnée, de nombreux changements ont marqués d'un côté l'apparition de pays très puissants guidés par les USA, La naissance d'une nouvelle Europe bien développée; de l'autre côté, le Japon qui présente un danger à ne pas négliger sans oublier les nouveaux pays industrialisés de l'Est asiatique, un ordre économique nouveau vient de se tracer.

Dans un tel environnement, l'entreprise doit apprendre à suivre l'évolution économique et doit affronter les secousses qui affectent la demande, la distribution, la vive concurrence, la technologie, la publicité, et l'offre... L'entreprise ne peut plus attendre que le client vient vers elle, mais l'inverse il faut que celle-ci soit en perpétuelle recherche de nouveaux marchés, par conséquent elle doit chercher de méthodes adéquates pour arriver à satisfaire le consommateur et l'attirer vers elle. Cela se fait par **des études de marchés** qui ne s'arrêtent pas par la prise de décisions qui ont un impact sur le client.

Une entreprise vraiment performante ne cherche pas uniquement à maximiser ses ventes, elle investit dans une relation durable et mutuellement satisfaisante avec le marché.

C'est au Marketing qu'il incombe en priorité d'anticiper les besoins du marché et de réaliser les attentes du consommateur.

Plus que jamais, le Marketing est devenu une nécessité car aujourd'hui le volume des produits dépasse le nombre de clients autrement dit : la concurrence est devenue de plus en plus vive.

Bref, Il semble que La fonction commerciale et notamment : La notion du marché doit être abordée dans un sens plus large, appelé : **Marketing**

1. Notion du Marketing

Le terme mercatique (Marketing en anglais) est né en 1973 et a été officialisé en 1987 il répond à la définition suivante:

Il désigne l'ensemble des actions ou techniques commerciales qui ont pour objet de prévoir de constater, créer, conserver et développer la clientèle d'une entreprise

La mercatique (marketing) est avant tout **un état d'esprit** qui s'appuie sur le principe de la souveraineté de l'acheteur. Ainsi, toutes les forces de l'entreprise doivent être tournées vers le consommateur et la satisfaction de ses besoins.

Cela nous mène à exposer brièvement sans entrer dans le détail la démarche Marketing qui repose sur deux points:

2. La démarche Marketing

La démarche Marketing repose sur deux titres principaux:

- Le Marketing opérationnel:(Marketing Mix)
- Le Marketing stratégique

a. Le Marketing opérationnel:

Il traduit la démarche et les actions mises en place pour enquêter et rechercher les marchés, il est basé sur les "4 P":

- **Product** (Produit) :C'est la description du produit en termes d'attentes -consommateur

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- **Price** (Prix). C'est la prévision, l'évaluation et La fixation des prix d'un produit d'une entreprise
- **Promotion** (Communication)
- **Place** (Distribution). : Elle est le troisième concept du marketing-mix : une fois le produit est déterminé, son prix est fixé, celui-ci doit être vendu (distribué).

NB : Chaque politique représente un domaine de décision stratégique et donne lieu à un plan spécifique basé sur l'ensemble des actions à mener.

b. Le Marketing stratégique:

A ce stade , le marketing stratégique aura pour rôle de guider la prise de décisions stratégiques. Son point de départ est la détection des besoins des individus en s'appuyant sur l'analyse du marché.

III. LA FONCTION FINANCIERE :

A. Définition et rôle:

1. Définition :

La fonction financière regroupe toutes les activités, décisions et actions qui concernent les capitaux d'une entreprise, pour ses investissements et pour son exploitation, les placements financiers et les emprunts à faire.

Elle a pour objet : la commande, la prospection, la gestion, la circulation et l'utilisation des capitaux à l'intérieur de l'entreprise et leurs échanges avec l'extérieur.

2. Rôle et objectifs :

La fonction financière consiste à :

- Assurer la solvabilité de l'entreprise : explique que l'entreprise doit pouvoir faire face à ses engagements, avoir suffisamment de liquidités et de garanties pour disposer des fonds nécessaires à son activité.
- Assurer la rentabilité de l'entreprise : signifie que les fonds ou les capitaux engagés par l'entreprise pour ces activités doivent pouvoir lui dégager des revenus et des bénéfices.
- Apprécier puis contrôler l'intérêt économique des projets.
- Mettre à la disposition de l'entreprise, les techniques financières nécessaires à son développement et à sa protection.
- Prévoir les emplois et les ressources pour ne pas mettre l'entreprise en péril.
- Participer aux décisions relatives au volume et à la structure des actifs.
- Contribuer à la définition de conditions de vente et d'achat et surveiller la capacité financière des clients et des fournisseurs.

B. Evaluation des besoins de financement :

Les besoins de financement d'une entreprise sont repérés et identifiés selon leur durée.

On distingue ainsi :

- Besoins de financement à long terme :
- Besoins de financement à court terme :

1. Besoins de financement à long terme :

Il s'agit des besoins durables (actif immobilisé) qui portent sur l'acquisition des immobilisations à travers le processus d'investissement.

a. Notion d'investissement

C'est la mobilisation et l'exploitation des capitaux de l'entreprise par l'acquisition des immobilisations en vue de maintenir et améliorer ses capacités productives dans l'objectif final est de réaliser des gains futurs.

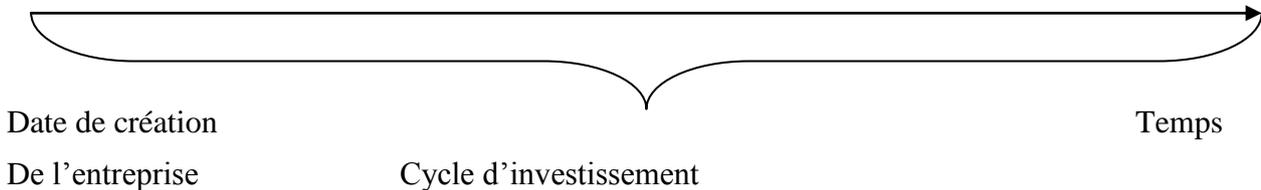
Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

b. Le cycle d'investissement :

- **Définition**

Il désigne toutes les opérations relatives à l'acquisition ou à la création des moyens de production incorporels (brevets, fonds commercial...etc.) ou incorporels (terrains, matériels...) ou financiers (titres de participation...etc.)



- **Caractéristiques :**

- L'investissement entraîne des besoins de financement importants.
- Le cycle d'investissement commence avec la création de l'entreprise avec l'achat des immobilisations nécessaires à son fonctionnement (locaux, terrain, machines...);il s'amplifie avec la croissance de l'entreprise (il faut renouveler le capital amorti, augmenter la capacité de production).
- Le cycle d'investissement s'achève à la fin de l'entreprise (faillite, cessation de l'activité, absorption).
- C'est un cycle long (entre la date de l'engagement des fonds investis et la date d'obtention du bénéfice, la durée est assez longue).

c. Types d'investissement par objectif :

- **Investissement de création** : à la naissance de l'entreprise, il faut acquérir des locaux, des terrains, des biens d'équipements, matériels....
- **Investissement de remplacement** : (ou de renouvellement) il maintient la capacité de production (remplacement des biens de productions anciens).
- **Investissement d'expansion** : (capacité) pour réaliser une production ou pour augmenter la capacité de production.

Remarque : Investissement immatériel (ex : recherche, formation, mercatique, logiciel, organisation du travail).

d. Décision d'investissement :

Pour chaque investissement à réaliser, une étude est nécessaire afin de déterminer le projet le plus rentable (l'entreprise compare le coût de l'investissement aux gains liés à son utilisation).

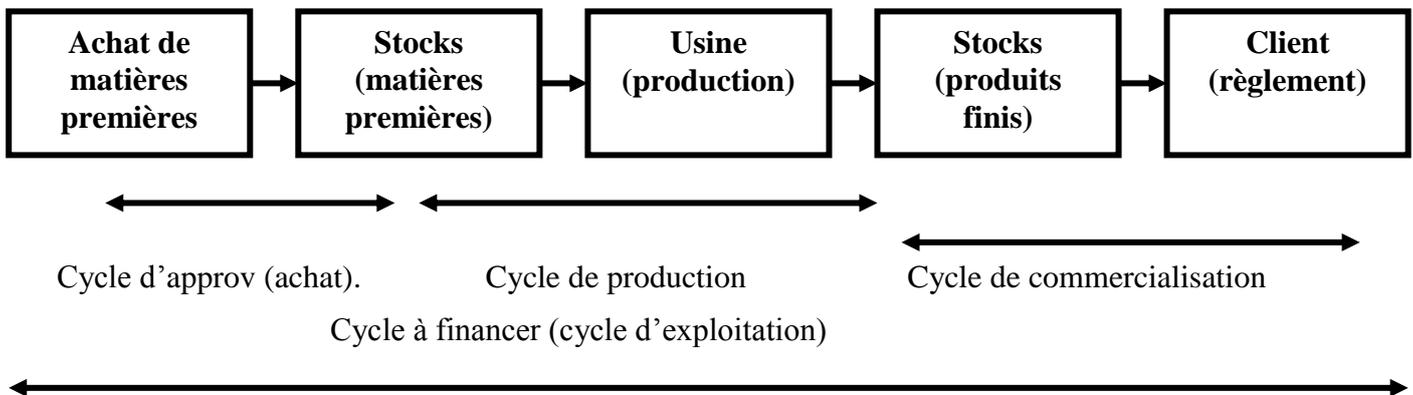
2. Besoins de financement à court terme :

Ils présentent des besoins circulants et renouvelables et qui sont nécessaires à l'exploitation de l'activité de l'entreprise (actif circulant).

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

a. Notion du cycle d'exploitation :



Le cycle d'exploitation correspond à l'ensemble des opérations d'exploitation de l'entreprise.

Il s'agit du cycle : **achat- production- commercialisation (ventes)**

Autrement dit : l'entreprise achète de la matière première ou services, en suite transforme ces matières pour détenir les produits finis qui seront par la suite commercialisés.

b. Besoins en fonds de roulement d'exploitation (B.F.R.E) :

Le fonctionnement du cycle d'exploitation oblige l'entreprise à financer des stocks et faire crédit à ses clients, c'est ce qu'on appelle les besoins d'exploitation ou les besoins circulants.

Ces besoins sont souvent financés soit par les ressources d'exploitation (passif circulant) ou par les ressources stables (financements permanents)

Il y a BFR dans une entreprise, quand les besoins de financement dépassent ses ressources d'exploitation.

$$\text{B.F.R.E} = \text{Stock} + \text{Créances} - \text{Dettes fournisseurs}$$

C. Moyens et ressources de financement :

On distingue :

- Moyens à court terme (CT)
- Moyens à moyen et à long terme (MLT)

1. Moyens à court terme (CT):

Ils présentent des ressources de moins d'un an, destinés à financer les besoins ou le cycle d'exploitation.

a. Crédit fournisseur :

C'est l'achat des biens à **crédit** (règlement non immédiat) auprès d'un fournisseur, il présente souvent le moyen approprié pour alléger la trésorerie de l'entreprise.

(L'idéal est d'accorder à ces clients un crédit d'une durée inférieure à celle obtenue de ses fournisseurs).

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

b. Crédit bancaire :

L'entreprise s'adresse à son banquier pour lui demander un crédit lui permettant de faire face à ses échéances (pour financer le cycle d'exploitation) en contrepartie des intérêts.

Plusieurs formes de crédit sont possibles :

- Crédit de financement de la trésorerie :
- L'escompte des effets de commerce : l'entreprise peut négocier les effets de commerce qu'elle possède en porte feuille (L.D.C, billet à ordre, warrant...)
- Le **crédit par caisse** : l'entreprise s'adresse à sa banque qui lui accorde des liquidités (des avances). Plusieurs techniques sont utilisées :
 - ✓ Facilité de caisse (la durée est de quelque jours / mois).
 - ✓ Le découvert : duré quelques mois.
- **Crédit de financement des stocks** :

Ils sont accordés sous forme de découvert :

- Le crédit de campagne : financement des activités saisonnières.
- Avances sur marchandises : financement des stocks.
- Crédits spéciaux : pour les activités à encourager.

c. L'affacturage :

C'est la vente au comptant par une entreprise de ses créances commerciales à un intermédiaire spécialisé appelé **factor** (société d'affacturage).le factor règle immédiatement à l'entreprise le montant des créances diminué des agios ; il prend également à sa charge le risque de non-paiement et le contentieux éventuel.

- ▶ **Avantages** : l'entreprise ne court pas le risque d'insolvabilité des clients.
- ▶ **Inconvénients** : il est plus cher.

2. Ressources à moyen et à long terme (MLT) :

Ils présentent des ressources de plus d'un an, destinés à financer principalement le cycle d'investissement

a. L'autofinancement :

Il y a autofinancement quand l'entreprise finance ses investissements par ses propres moyens : il s'agit des moyens de financement permanents que l'entreprise trouve dans ses propres ressources : bénéfices (résultat net), amortissements et provisions.

- ▶ **Avantages** :
 - C'est un moyen de financement gratuit.
 - Il laisse la capacité d'emprunt intacte.
 - Il finance la croissance de l'entreprise.
 - Il est encouragé par l'Etat (dégrèvements fiscaux).

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- Inconvénients :
- Il est insuffisant.
 - Il finance des investissements à rentabilité modeste et faible.
 - Il diminue les bénéfices distribués (décourage les actionnaires).

b. Les apports nouveaux :

L'entreprise augmente son capital par plusieurs techniques :

- Augmentation du capital en numéraire : l'entreprise vend de nouvelles actions
- Augmentation du capital en nature : il se fait par les biens apportés par l'entreprise (terrains, matériels...).
- Augmentation du capital par incorporation des réserves ou conversion des créances.

- Avantages :
- L'entreprise n'a rien à rembourser.
 - Sa capacité d'endettement est intacte.
 - La rémunération se fait en fonction des bénéfices Réalisés.

- Limites : les anciens actionnaires risquent de perdre le contrôle du capital (dilution du capital).

c. Les emprunts à moyens et à long terme :

- **Les crédits à moyen terme** financent les investissements dont la durée de vie est inférieure à 7 ans. A savoir l'exemple des crédits bancaires, ou emprunt obligataire (emprunt par la souscription ou l'émission des obligations)
- Les crédits à long terme ont une durée de 7 à 15 ans.

d. Le crédit-bail :

L'entreprise au lieu d'acheter l'équipement, elle le loue chez une société de crédit bail qui l'achète à sa demande :

L'entreprise paye le loyer mensuel convenu dans le contrat de bail. A la fin du contrat, l'entreprise peut l'acheter ou le restituer ou renouveler le bail.

- Avantages :
- L'entreprise suit le progrès technique, elle est compétitive
 - C'est un moyen qui permet de séduire les entreprises qui ne disposent pas des capitaux suffisants et importants.

- Inconvénients : C'est un moyen de financement cher.

Synthèse :

TABLEAU DES EMPLOIS ET DES RESSOURCES

EMPLOIS	RESSOURCES
<ul style="list-style-type: none"> - Investissements en immobilisations. - Accroissement des stocks (valeur nette). - Accroissement des créances d'exploitation (valeur nette). - Accroissement des créances diverses et des valeurs réalisables (valeur brute). 	<ul style="list-style-type: none"> - Apport en capital. - Marge brute d'autofinancement. - Nouvelles subventions d'investissement. - Nouvelles dettes.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- Remboursement des dettes.	- Prix de cession des actifs immobilisés. - Remboursement des prêts. - Diminution des stocks (valeur nette) - Diminution des créances d'exploitation (valeur nette). - Diminution des créances diverses et des valeurs réalisables (valeur nette).
-----------------------------	--

D. Les partenaires financiers de l'entreprise

Il s'agit de différents acteurs qui offrent des services et moyens de financement (CT/MLT) à l'entreprise, tels que : Banques, Bourse, Fournisseurs...

1. la banque :

a. Définitions

***1^{ère} définition** : est un établissement ayant pour objet principal de procurer des services financiers à des particuliers et à des entreprises, qu'elles soient privées ou publiques. L'activité de banque, très anciennement attestée dans l'histoire, consiste à sauvegarder et à transférer des fonds, à accorder des prêts et à échanger de la monnaie. Ces services sont fournis par un ensemble d'institutions telles que les banques de dépôt, les banques centrales, les caisses d'épargne, les sociétés fiduciaires, les sociétés financières, les organismes d'assurance vie et les banques d'affaire ou autres institutions qui se destinent à l'investissement bancaire.

***2^{ème} définition** : selon la loi bancaire de 1993, l'article 1 nous dicte que :

« Est considéré comme établissement de crédit toute personne morale qui effectue à titre de profession habituelle, l'une des opérations suivantes :

- la réception de fond public
- la distribution de crédit
- la mise à disposition de la clientèle de tous moyens de paiement ou leur gestion »

b. Evolution du système bancaire marocain

- Les institutions financières au Maroc étaient des maisons de commerce dont les transactions financières étaient limitées aux dépôts, aux retraits et aux opérations de change qui ne représentaient qu'une branche seulement de leur activité globale.
- Leur développement s'amorça avec la réouverture du Maroc au commerce extérieur en 1822-1823, après 65 ans de repli.
- A partir de 1880, certaines banques européennes voulurent intervenir directement dans les finances marocaines et créer leurs propres succursales au Maroc.

Parallèlement à cette période, apparurent les banques étrangères au Maroc entre 1880 et 1909.

- Sous le protectorat, le nombre des établissements a atteint les 70 entre Tanger et Casablanca.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- Parallèlement aux banques commerciales privées, des institutions financières spécialisées ont été créées :
- la caisse de prêts immobiliers (actuellement CIH)
- la caisse marocaine des marchés
- la caisse centrale de garantie (CCG)
- plusieurs organismes du crédit agricole (CAM)
- des banques populaires (BP)
- D'autres établissements et institutions privés (BMCI, BMCE, Société générale, Ittijari WafaBank...)

c. Opérations de banque :

La banque peut être définie par ses activités qui comprennent la réception de fonds du public, la mise à la disposition de la clientèle et la gestion de moyens de paiement,

Les activités des banques sont nombreuses, elles se divisent entre les services aux particuliers, aux entreprises et les services effectués pour le compte de l'Etat :

- **Les services à la clientèle particulière** : Ils comprennent principalement :
 - Règlement et encaissement des chèques, et autres effets (Lettre de change billet à ordre...)
 - Recouvrement des factures, exécution des ordres de virement, versement /retrait
 - Gestion des règlements par carte bancaire et carte de crédit,
 - Opérations de change avec l'étranger
 - Certains services sont également rendus moyennant commission, à savoir : conservation des titres, conseils concernant les placements, location de coffres-forts).
- **Les services aux entreprises**, ils portent sur :
 - L'octroi des crédits, qui constitue la principale source de profit pour les banques
 - Consentir des découverts bancaires, des avances, des prêts...
 - L'escompte d'effets de commerce.
- **les services effectués pour le compte de l'Etat**, comprennent :
 - le placement des emprunts d'Etat, notamment les bons du trésor.
 - les banques pratiquent en outre une activité de gestion auprès du public au profit des émetteurs d'actions et d'obligations.

2. la bourse des valeurs :

a. Définition :

- La bourse des valeurs est un marché financier des capitaux à moyen et long terme.
- Elle présente le marché où se confronte des offreurs et des demandeurs des titres ou valeurs mobilières, appelés : actions, obligations....

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

b. Rôle, missions et fonctionnement de la bourse.

Le marché boursier permet de :

- Organiser les négociations sur les valeurs mobilières, les monnaies.
- Faciliter les transactions sur ces valeurs ainsi que leurs cotations et la publication des cours dans les meilleures conditions de régularité.
- Faciliter l'émission des valeurs mobilières.
- Faciliter le contact entre investisseurs et épargnants.
- Animer et élargir le marché financier aux investisseurs.

De ce fait, elle apparaît comme un élément moteur de l'industrialisation et de la croissance économique des pays, et une meilleure opportunité de gain et de bénéfice pour les entreprises.

- **Pour l'épargnant :**

Un particulier qui place son argent dans la bourse en achetant des titres de société peut devenir actionnaire dans telle affaire, ainsi devient membre de la société, il peut recevoir des dividendes.

- **Pour les sociétés :**

Pour les sociétés qui ont besoins d'argent pour étendre leurs activités, le recours à la BVC constitue le moyen le plus rapide et le plus sûr. Car il leur permet d'acquérir les capitaux en émettant des titres à la disposition des futurs acquérant, les sociétés récupérant leurs valeurs en argent, en prenant en considération tous ces avantages.

- **Pour l'économie en général :**

Elle permet de participer directement ou indirectement à l'effort d'expansion des entreprises par conséquent de l'économie du pays en général.

c. Les acteurs de la bourse

- **Sociétés en bourse** sont les acteurs de base, ce sont des organismes financiers qui sont souvent des filiales d'institutions financières chargées de la négociation et la cotation des valeurs mobilières, ce sont des personnes morales.
- **La société gestionnaire, SBVC**, est une société de droit privé, dont le rôle est de gérer et de développer l'activité boursière.
- **Le CDVM** (conseil déontologique des valeurs mobilières) : il veille à la protection des épargnants et au bon fonctionnement du marché boursier (c'est un établissement public doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, il est soumis à la tutelle de l'Etat.
- **L'OPCVM** (organismes de placement collectif en valeur mobilière) il s'agit d'un portefeuille collectif de valeur mobilière et de titres gérés par des spécialistes (gérants) d'une grande institution financière et constituée par les fonds des épargnants. Cette expression recouvre les SICAV (sociétés d'investissement à capital variable) et les FCP (fonds communs de placement) ces 2 catégories d'organismes ont pour objet de gérer un portefeuille de valeurs mobilières : ils ont été conçus pour permettre aux épargnants d'accéder facilement au marché financier.

d. La fixation des prix en bourse

Chaque jour, des personnes désirent acheter des actions, d'autres en vendre, mais elles ne sont pas prêtes à le faire à n'importe quel prix. Les agents de change chargés de réaliser les opérations en bourse reçoivent des ordres d'achat et de vente. Or, on regroupe lors de la cotation, les ordres

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

d'achat et de vente à chaque limite de cours. Ainsi, Le prix d'équilibre ou du marché sera celui où s'échange un maximum de titres, exprimant ainsi, la rencontre de l'offre et la demande.

e. Les indices de la BVC

Le suivi de la situation de la bourse suppose la définition d'une batterie d'indicateurs pertinents capables de refléter en permanence, les caractéristiques et l'évolution des produits boursiers (valeurs mobilières).

Les indices boursiers, ont pour but d'informer les épargnants sur l'évolution quotidienne de la Bourse de Casablanca.

Ces indices sont calculés de manière scientifique sur la base d'un échantillon représentatif d'actions cotées en bourse.

Ainsi, les investisseurs marocains et étrangers trouveront à travers les indices boursiers (MASI, MADEX ou USI 10 par exemple), des indications sur la performance de la Bourse de Casablanca.

- **Notion de l'indice boursier : Q'est ce qu'un indice Boursier ?**

- Un indice boursier est un outil statistique permettant de mesurer l'évolution du cours des titres qui le composent. Il est calculé à partir d'une moyenne (arithmétique ou géométrique), généralement pondérée : certains titres ont un poids plus important à l'intérieur de l'indice, fonction par exemple de la capitalisation boursière (nombre d'actions émises multiplié par le cours de ces dernières) des firmes correspondantes.
- Un indice boursier est une valeur calculée par regroupement des titres de plusieurs sociétés, qui servent à représenter un marché boursier ou un secteur de marché particulier.

- **Différents types d'indices boursiers :**

Au niveau de la bourse de Casablanca, on distingue les indices suivants :

- **Le MASI** (Moroccan All Shares index) est un indice principal de la bourse permettant de mesurer la capitalisation boursière (**nombre d'actions x cours moyen d'action**). Il intègre toutes les valeurs de type actions, cotées à la Bourse de Casablanca. Il est ainsi un indice large, permettant de suivre de façon optimale le développement de l'ensemble des actions.
- **Le MADEX** (Moroccan Most Active shares Index), c'est un indice, qui permet de mesurer l'évolution du marché boursier en termes de **liquidité**, c'est-à-dire les actions et les valeurs les plus actives de la côte, sur la place casablancaise. Il se révèle ainsi un instrument particulièrement adapté à la gestion de portefeuille.
- **Casablanca Finance Group 25 (CFG 25)**

Le CFG 25, indice créé par le groupe CFG, complète parfaitement l'IGB, il est comparable aux indices des Bourses des valeurs.

Prestigieuses tels que les indices CAC40 (France) Dow Jones 30 (USA) NIKKEI225 (Japon).

Le CFG 25 repose sur une gestion rigoureuse, impartiale et transparente d'un échantillon de 25 actions marocaines.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

Lexique: Définition des concepts

- **La bourse :** La bourse est un lieu permettant la confrontation des demandeurs et des offreurs pour un produit donné. C'est donc un espace géographique particulier où se déterminent les cours d'échange, c'est à dire le prix d'échange des produits en question.
- **Le marché boursier :** Le marché boursier est un lieu où se confronte l'offre et la demande des valeurs mobilières et où se déterminent les cours de ces valeurs. Les valeurs mobilières peuvent être soit à revenu fixe (obligations) soit à revenu variable (action). Aussi, les échanges qui s'y opèrent concernent les monnaies et les lingots d'or.
- **Le marché financier :** Au sens restreint, le marché financier désigne le marché boursier où s'échangent action et obligation principalement.

Au sens large, c'est un marché qui comprend l'ensemble des échanges de capitaux à long terme. Epargnants et investisseurs par le biais des intermédiaires financiers sont mis en relation par ce marché. Son rôle est de permettre le financement de l'économie.

- **Les valeurs mobilières :** Les valeurs mobilières sont des titres achetés et vendus à la bourse, appelés bourse des valeurs, en vue de réaliser un placement rentable. Ces valeurs, dont les deux principales sont les actions et obligations, sont qualifiées de mobilières car on peut les échanger rapidement sur un marché.
- **L'action :** L'action est un titre de propriété d'une fraction de l'entreprise. Elle donne droit à un certain pourcentage des bénéfices. Le détenteur d'une action devient donc actionnaire de l'entreprise ; il participe aux assemblés généraux des actionnaires et élit, à cette occasion, le conseil d'administration de la société. L'actionnaire doit être informé périodiquement sur l'activité et les résultats de l'entreprise.
- **L'obligation :** L'obligation est un titre de créance à long terme émis par une entreprise, une institution publique ou l'Etat lorsqu'ils empruntent des fonds auprès des épargnants. Une obligation représente ainsi une dette de l'institution financière émettrice de l'emprunt. Les obligations sont des valeurs à revenu garanti, quel que soit le niveau des bénéfices de l'entreprise émettrice. **L'achat d'une obligation présente moins de risque que l'achat d'une action.**
- **Bon de trésor :** véritable instrument de la politique monétaire, ils présentent des titres émis par le trésor (banque de l'Etat) pour assurer un financement à court terme. Ces bons sont productifs d'intérêts variables en fonction de l'échéance.
- **Bon de caisse :** c'est un titre qui matérialise ou présente un prêt qui apporte d'intérêts et qui engage l'émetteur (entreprises) à payer une somme déterminée à une échéance donnée.
- **Découvert bancaire :** concours ou facilité bancaire remboursable dans quelques mois, accordé par la banque à ses clients (entreprise) en contrepartie du paiement des intérêts débiteurs. cette technique permet à l'entreprise de laisser son compte **débiteur** dans certains limites du montant et de durée.
le découvert offre à l'entreprise la possibilité de pallier (couvrir) les insuffisances de trésorerie de courte durée ou de faire face à ces besoins exceptionnels.
- **Facilité de caisse :** crédit à court terme (remboursable dans quelques jours) destiné à combler les décalages entre les décaissements et les encaissements. il s'agit par exemple de facilité accordée en fin de mois à l'entreprise pour payer les salaires de son personnel. Cette technique permet à l'entreprise de laisser son compte **débiteur** dans quelques jours.
- **Actionnaire :** personne physique ou morale propriétaire d'une action. il a le droit à l'information, et au bénéfice et à la participation aux assemblés générales

Exercices

- 1) Qu'est ce que l'investissement ?
- 2) Citer les différentes formes d'investissement.
- 3) Qu'entend-t-on par l'autofinancement ?
- 4) Que signifie le besoin de fonds de roulement ? Par quoi, peut-il être financé ?
- 5) Qu'est ce que la bourse ? Quel est son rôle ?
- 6) Citer les acteurs de la bourse et leur rôle.
- 7) Citer les indices de la bourse des valeurs de Casablanca et expliquer leur intérêt
- 8) Quelles différences faites vous entre actions et obligations ?

IV. LA FONCTION TECHNIQUE

A. Définition et Rôle :

Elle concerne les activités dont le rôle est de créer, étudier les produits (ou les services) que l'entreprise a décidé de mettre sur le marché ;

Cette fonction comprend les activités suivantes :

- **Les études de méthodes**, concernant les activités d'analyse, de mesure et de simplification du travail, les études d'implantation et de manutention.
- **La gestion de la production** : concernant les activités de planification, de déclenchement et de contrôle d'avancement des opérations de fabrication.
- **La fabrication** : concernant les opérations d'élaboration technique des produits telles que celles d'usinage et de montage.
- **Contrôle de qualité** : concernant les opérations dont le but est d'assurer aux produits les performances d'utilisation exigées par les utilisateurs.

B. La notion de fonction de production :

1. Définition :

La production est l'utilisation des ressources humaines pour transformer des ressources matérielles et financières en biens et services. La combinaison des facteurs de production doit se réaliser dans les meilleures conditions.

Elle décrit l'ensemble des combinaisons de facteurs (facteurs de production) que le chef d'entreprise peut utiliser afin de produire des quantités variables de produit en évitant bien entendu le gaspillage.

2. le choix d'une combinaison de production :

Dans l'objectif d'assurer une production efficace, le producteur doit effectuer un calcul économique rigoureux, en déterminant la quantité de facteurs à utiliser dans le processus de production.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

Ces facteurs sont choisis de la manière la plus rationnelle possible de sorte que :

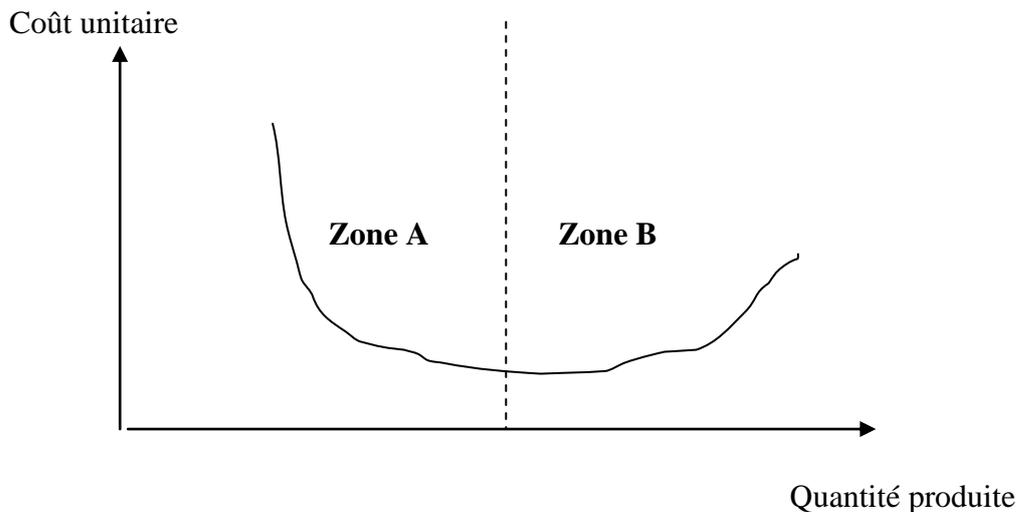
- le coût soit le plus faible
- La quantité produite soit la plus élevée.

Donc l'entrepreneur va préférer une main d'œuvre nombreuse si le coût du facteur travail est le plus faible que le facteur capital, et l'inverse.

C'est ainsi que se fasse le choix de la combinaison optimale.

3. la production et l'économie d'échelle :

**Définition :* situation économique où l'augmentation de la production contribue à la baisse du coût unitaire



Coût de l'ensemble des facteurs

$$\text{N.B : CU} = \frac{\text{Coût de l'ensemble des facteurs}}{\text{Quantités produites}}$$

4. la gestion de production :

a. Définition :

La gestion de production est le fait de produire des biens et des services en quantités et en qualités correspondant à la demande **au moment voulu, et au moindre coût.**

b. Objectifs :

Les 4 objectifs principaux de la gestion de production sont :

- **Réduction des coûts :** le prix est actuellement un argument essentiel pour vendre la plupart des produits, ainsi la proposition d'un prix attractif passe nécessairement par la maîtrise des coûts de production et donc une utilisation optimale des équipements, des matières et de la main-d'œuvre.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- **Respect des délais :** les délais de fabrication sont liés à la nature des produits et des marchés, ainsi qu'aux technologies utilisées ; leur importance est d'autant plus grande que la concurrence est plus active.
- **Amélioration de la qualité :** la qualité peut se définir comme l'aptitude d'un produit à satisfaire les besoins des utilisateurs ; elle résulte donc de l'effet et conjugué d'une conception répondant aux besoins de l'utilisateur et d'une réalisation exemptée de défauts.
- **Flexibilité :** il s'agit de la capacité de l'entreprise à s'adapter aux modifications d'activité ; elle concerne à la fois l'équipement et le personnel.

c. Politique de production :

Pour une gestion efficace de production, l'entreprise doit définir une politique de production.

La politique de production consiste à élaborer des décisions et mettre en place des actions qui doivent s'articuler avec les objectifs et les stratégies génériques de l'entreprise.

Pour une entreprise industrielle, la politique de production comprend :

- Les méthodes de fabrication,
- Nature et quantités de produits à réaliser.
- Mise en œuvre de la politique : elle intervient à trois niveaux :
 - Niveau stratégique : qui porte sur la réalisation des investissements nécessaires
 - Niveau de gestion : c'est la planification de la production, c'est-à-dire : la prévision des quantités à produire et contrôle des opérations de production.
 - Niveau opérationnel : c'est la gestion au jour le jour des opérations de production.

C. Les modes de production :

1. Définition :

C'est la manière dont se déroulent les différentes étapes nécessaires à la production d'un bien ou d'un service.

Le mode de la production est à la fois :

- *Un résultat* : nécessité de satisfaire à des contraintes techniques et commerciales.
- *Un moyen* : recherche d'une efficacité de l'ensemble du système de production : meilleure productivité.

2. les modes de Production

Les modes de production sont très variés. On distingue les trois principaux.

<i>Mode de Production</i>	<i>Exemples d'application</i>	<i>Caractéristiques</i>
1-Production unitaire ou par petits lots : C'est la fabrication d'unités de prototypes ou de petites séries. Le produit est	Production de : - paquebots, - satellites, - grands travaux publics - produits de luxe comme l'artisanat d'art ou la	<ul style="list-style-type: none"> • Fabrication de produits personnalisés, adaptés aux besoins spécifiques des utilisateurs ; • Mobilisation des ressources de l'entreprise pour une période relativement longue ; • Utilisation d'un personnel qualifié

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

directement livré au client sans stockage	haute couture. -construction navale	susceptible d'exécuter des tâches non répétitives ; <ul style="list-style-type: none"> • Absence de problème de stocks ; • Problème de maîtrise des coûts et de respect de délais.
2-Production en grande série/lots C'est ce qu'on appelle la production de masse : c'est la production en grande quantité du même produit	Production dominante dans les secteurs de grandes consommations : - automobile - électroménager - textile.	<ul style="list-style-type: none"> • Production en grand nombre de biens identiques conformément à un standard ; • Utilisation des machines très spécialisées où les produits circulent entre les différents postes de travail (chaînes) • Recherche d'une plus grande efficacité de la production ; • Problème de gestion des encours de production.
3-Production en continue ou par processus : elle s'effectue selon un flux continu de matières et produits	Production qui concerne : - les industries chimiques et pétrochimiques, - la sidérurgie.	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation de la production par flux continu de matière et de produits ; • Enchaînement sans temps mort des différentes étapes du processus de production ; • Investissements lourds, mais faible utilisation de mains-d'œuvre ; • Nécessité de coordonner les rythmes d'utilisation de différentes machines. • C'est un mode de production qui s'appuie sur le principe de Taylorisme (division du travail)

Ce tableau met en évidence d'une part les principales fonctions à remplir dans le cadre d'un système de production et d'autre part les caractères communs ou différents de chacune d'entre elles selon le processus choisi.

D. L'organisation de la production :

Organiser la production dans une entreprise industrielle consiste à définir les étapes et les moyens nécessaires à sa réalisation et les services compétents.

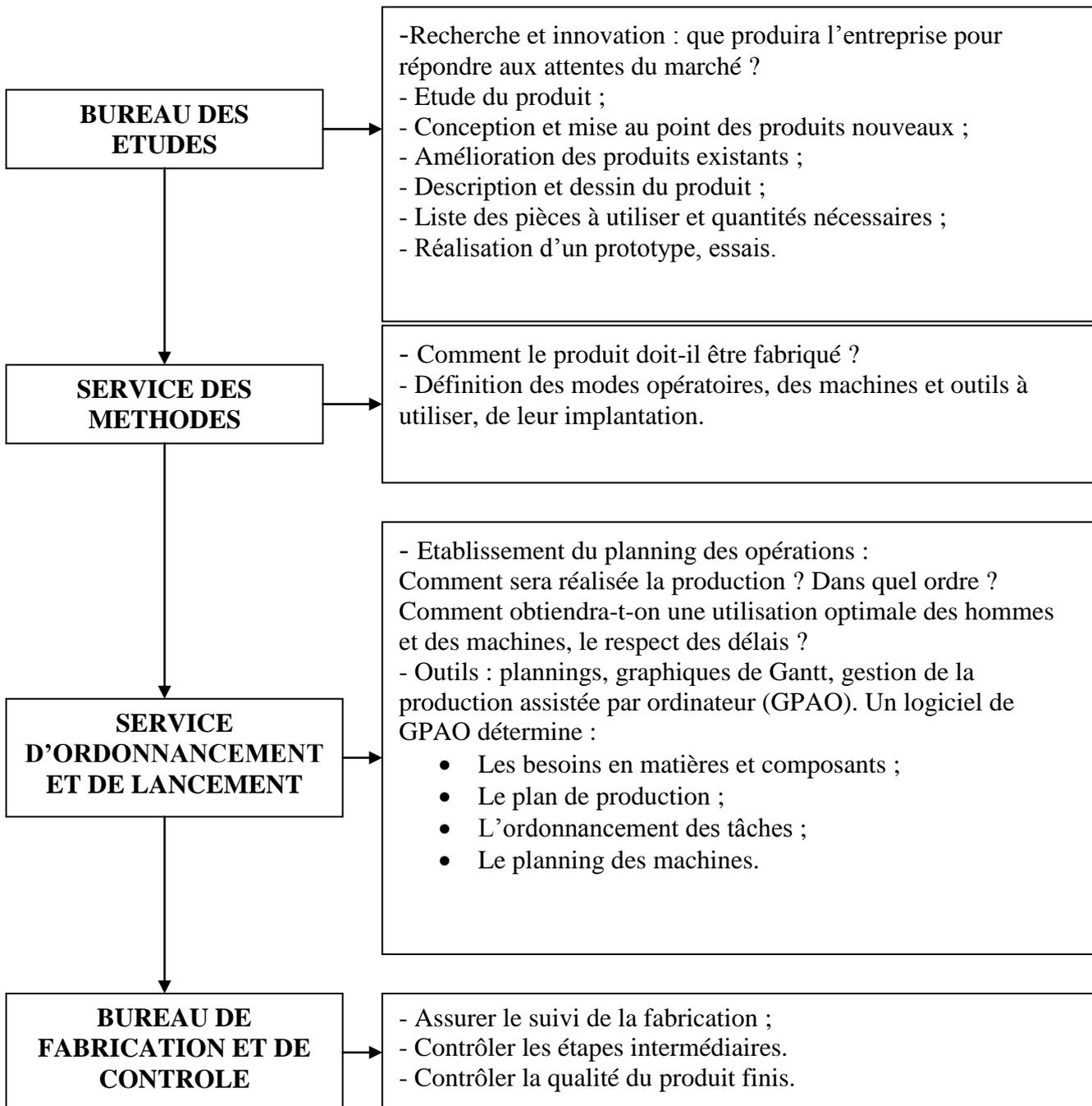
❖ Les acteurs de production :

Ils présentent un groupe d'ouvriers et responsables fonctionnels qui s'occupent de la transformation d'un produit du début jusqu'au stade final.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

Ainsi, la fonction production est réalisée à travers quatre services :



V. FONCTION COMPTABLE

Elle gère les comptes et les ressources financières de l'entreprise tout en assurant l'interface avec les banques, l'Administration fiscale, les clients et fournisseurs...

La fonction comptable est assurée à travers les services suivants :

- **Le Service de comptabilité générale** qui consiste à :
 - Etablir les états de synthèse : (le *bilan*, le CPC, ESG, TF....)
 - Etablir toutes les déclarations fiscales obligatoires (TVA, IR, IS, TP...)

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- Archiver tous les documents comptables.
- Enregistrer et saisir toutes les écritures comptables
- Déterminer le résultat de l'exercice comptable
- **Le Service de comptabilité analytique ou budgétaire** qui a pour objet :
 - analyser les dépenses directement affectées aux produits
 - Evaluer, calculer et analyser les coûts (les charges)
 - Evaluer les stocks de l'entreprise
 - Etablir et contrôler les budgets de l'entreprise (budget des achats, budget de ventes, budget d'investissement...)

VI. LA FONCTION DE SECURITE :

C'est assurer la protection des personnes et des biens contre des éventuels risques qui menacent l'intégrité du personnel et du patrimoine de l'entreprise.

Autrement dit :

- Sauvegarder les biens de l'entreprise (bâtiments, matériels, installations ...) contre les incendies et tout événement naturel (inondations, risque de pollution...)
- Protéger le personnel de l'entreprise contre les accidents du travail, les maladies professionnelles, risque d'invalidité....à travers l'hygiène, et les mesures de sécurité sociale assurées par les organismes de prévoyance sociale (CNSS ,CIMR,caisses d'assurances...)

NB : les tâches et les missions de la fonction de sécurité sont assurées par **le service social**

VII. APPROCHES ACTUELLES DES FONCTIONS

Elles présentent des approches récentes développées et proposées principalement par **B.Egrafoff** en 1970.

On cite notamment :

1. Fonction de Systèmes d'information : il contient :

L'informatique qui est devenue actuellement, une fonction de grande nécessité pour toutes les entreprises. Elle est chargée du développement des applications informatiques spécifiques à l'entreprise, ainsi que la gestion des parcs des ordinateurs et la sauvegarde des données.

2. Fonction de Recherche et développement technologique : qui consiste à :

- Étudier, en relation avec le service commercial, le marché (étude de marché) en observant les concurrents, la mode, les évolutions économiques, les dépôts de brevets, les enquêtes et études effectuées par les organismes professionnels et gouvernementaux.
- Concevoir le produit ou le service en fonction des besoins du marché ou d'un client particulier (études à la fois techniques et marketing)
- Faire de la *veille technologique* avec pour but de proposer à la *Direction* un avant-projet pouvant être pris en compte par l'entreprise, soit dans le cadre de son activité actuelle, soit pour élargir son domaine d'action.

Chapitre III : Les fonctions de l'entreprise

Pr : A. ABOUNACEUR

- Faire de la recherche appliquée dans un but d'innovation technologique, établir et tester des prototypes (recherche et développement)

3. Fonction de gestion de la qualité : qui a pour rôle :

- Constituer le dossier qualité du produit fabriqué ou du service proposé en y incluant tous les documents relatifs aux composants et matières, processus de fabrication, certificats d'habilitation des sous-traitants et de qualification des fournisseurs, procès-verbaux...
- Gérer la bibliothèque de spécifications et de normes de l'établissement.
- Pratiquer des audits internes pour vérifier l'application des règles et procédures de l'entreprise ; organiser les audits externes dans le cas de certification de type ISO ; traiter les rapports de non conformité constatés sur le service, en cours de fabrication ou chez le client...

Le Département qualité emploie des contrôleurs et inspecteurs de la qualité qui vérifient la conformité du produit ou service aux spécifications par des mesures, des prélèvements d'échantillons ou des enquêtes. Les qualitatifs, experts en statistiques, étudient les variations des processus de fabrication en analysant les mesures et contrôles effectués aléatoirement ; Le Bureau de normalisation rédige des spécifications internes, il est en liaison étroite avec le Département études pour rédiger les spécifications définissant le produit ou le service. Il calcule le coût de la non qualité et fait des propositions pour la réduire.

- 4. Fonction métrologique :** qui a pour rôle la gestion des moyens de mesure, de contrôle et d'essai. Ces moyens sont identifiés, enregistrés, vérifiés. Leur dossier contient les informations relatives aux méthodes d'utilisation et aux incertitudes de mesure.
- 5. Fonction logistique :** c'est la prise en charge des tâches complémentaires aux autres fonctions, principalement : l'approvisionnement, Transport, maintenance, recherche et développement, administration générale....)