Matière : Economie et Organisation Administrative de l'entreprise

Chapitre : L'achat

I- Notion :

L'achat est une activité qui consiste à fournir à l'entreprise les matières premières et marchandises dont elle a besoin au meilleur coût et dans les délais voulus.

II- Processus :

1- Le besoin :

Déterminer le besoin c'est répondre à deux questions : Quoi ? ; Qui ?

Le besoin est exprimé par une demande d'achat d'un bien ou d'un service. Cette demande est émise par :

- les services utilisateurs : un atelier, un département administratif par exemple ;
- les services du « commercial-achat » lorsqu'il s'agit d'achats réguliers ;
- les gestionnaires de magasin qui constatent la baisse d'un stock et déclenchent le réapprovisionnement.

2- La prospection des marchés :

La recherche des fournisseurs possibles se fait à l'aide :

- Des annonces professionnelles dans des revues spécialisées ;
- De visites des salons organisés par les fournisseurs ;
- Des dépliants et catalogues publiés par les fournisseurs ;
- par contact direct …

Pour les marchés importants, on recourt à l'appel d'offres.

3- La sélection du (ou des) fournisseur(s) :

Parmi tous les fournisseurs possibles, il faudra choisir le (source unique) ou les (seconde source) fournisseur(s) à retenir.

Les principaux critères de sélection sont le prix, les conditions de paiement, la qualité, les conditions de livraison (délai, mode, lieu, etc.). Il faut tenir compte aussi de la fiabilité des approvisionnements assurés par le fournisseur (respect des délais de livraison, régularité de la qualité, etc.) des références du fournisseur et de sa situation financière.

Les conditions d'achat sont négociées avec les fournisseurs qui ont été sélectionnés.

4- La passation de la commande :

4-1- Notions :

La commande est un document contractuel, adressé par un client à un fournisseur, et créant des obligations réciproques pour les parties :

- obligation de livraison conforme du fournisseur ;
- obligation du paiement du prix par le client.

La passation de la commande est l'acte déclenché par le service du « commercial-achat », en cas d'achat réguliers, des gestionnaires de magasins pour le réapprovisionnement ou après signature du contrat pour les achats stratégiques.

4-2- Formes de commande :

Plusieurs moyens sont utilisés :

- par écrit : le bon de commande « client », le bulletin de commande « fournisseur », la lettre de commande ;
- utilisation des nouvelles technologies : la télécopie, la saisie informatisée et télétransmission ;
- par téléphone.

5- Le suivi et le contrôle :

Après la passation de la commande, le processeur n'est pas terminé, il faut procéder au suivi de la commande et au contrôle.

5-1- La surveillance des délais de livraisons : les relances.

La première relance concerne la confirmation de la commande par le fournisseur, c'est-à-dire l'accusé de réception de la commande : c'est la réclamation de commande.

En cas de retard de livraison, il faudra faire une nouvelle relance avant d'en arriver éventuellement à une mise en demeure de livrer sous la forme d'une lettre recommandée avec accusé de réception.

5-2- Le contrôle :

- le contrôle des biens lors de livraison peut porter sur la conformité et/ou l'état des articles livrés.

Type	Vérification	Modalités
Contrôle de conformité	* nombre de colis. * nature des articles. * nombre des articles.	Comparaison entre : * bon de commande ; * bordereau d'expédition ; * articles livrés.
Contrôle de l'état des articles	* état des articles. * Qualité des articles	* examen des articles ; * essais, tests, analyses.

- le contrôle de qualité peut être exhaustif ou statistique :

	Contrôle exhaustif	Contrôle statistique
Caractéristiques	examen individuel de chaque article (inspection à 100%)	examen d'un échantillon prélevé
Cas d'emploi	* articles de grande valeur ; * impératifs de sécurité et de fiabilité.	* articles nombreux (lots) ; * contrôle destructeur du bien contrôlé.
Conséquences du contrôle	* acceptation ou renvoi individuel de chaque article ; * établissement d'un bon de réception (acceptation) ou d'un bon de retour (renvoi)	* acceptation ou rejet de tout le lot ; * établissement d'un bon de retour transmis au service des achats.

III- Objectifs :

Les objectifs de la fonction achat doivent répondre aux exigences de la production. Ils portent sur :

Critères	Caractéristiques
* le prix	l'achat en quantités importantes, la mise en concurrence des fournisseurs, l'utilisation de centrales d'achat permettent une réduction du prix d'achat.
* la qualité	L'achat de biens de qualité limite les malfaçons, les déchets et améliore la qualité des produits finis.
* les délais	La livraison par le fournisseur dans les délais évite les ruptures d'activité et l'insatisfaction des clients.
* la flexibilité	L'obtention de matières premières et marchandises au moment désiré.
* la sécurité	L'approvisionnement dans le respect des termes du contrat.
* la continuité	Le réassortiment des matières et marchandises sans risque.

VI : Organisation :

L'organisation de la fonction achat concerne les services, les hommes et leur rôle ainsi que les modes de collaboration.

1- les services :

On distingue traditionnellement deux services : le service achat qui détermine et met en œuvre la politique d'achat et le service magasinage qui réceptionne les commandes, livre la matière première aux ateliers, comptabilise les entrées et sorties de matières.

2- Les hommes :

On distingue deux principaux intervenants dans la fonction achat : l'utilisateur qui est à l'origine de la formulation d'un besoin et le technicien qui précise la nature des produits pouvant répondre au besoin. Ce dernier joue un rôle de prescripteur.

3- Les modes de collaboration :

Deux modes de collaboration des services et des hommes de la fonction achat peuvent être envisagés :

- la centralisation des achats consiste pour les utilisateurs à formuler leurs demandes auprès d'un service achat qui assure entièrement l'approvisionnement. Ce choix est justifié dans le cas de la production de masse de produits standardisés ;

- la décentralisation des achats consiste pour les utilisateurs à passer eux-mêmes leurs contrats et leurs commandes. Cette organisation est adaptée dans le cas de production à la commande.

V- L'évolution de la fonction achat :

1- Le E-achat :

La fonction achat évolue avec l'apparition des nouvelles technologies ; celles-ci modifient l'acte d'achat. Elles permettent de connaître instantanément la disponibilité des biens, d'avoir des informations complémentaires évitant les erreurs ; ce qui favorise la flexibilité de l'entreprise en matière de politique d'achat.

2- La relation de partenariat :

Les rapports avec les fournisseurs sont désormais fondés sur un partenariat ; appelé également une relation « win-win ». Celui-ci est fondé sur une interdépendance à long terme entre un acheteur et le(s) fournisseur(s) qui peu(vent)t garantir une qualité supérieure et une livraison rapide et fiable. C'est pourquoi les fournisseurs sont impliqués dans le processus de production dès l'étape de conception du produit.

Mais, un tel partenariat rigoureux de la qualité, une culture d'entreprise favorable à ce genre de relation.