

COURS D'ECONOMIE DE L'ENTREPRISE

CHAPITRE INTRODUCTIF : NOTION D'ENTREPRISE

1. Définition de l'entreprise

L'entreprise est une structure ou une organisation composée d'hommes, de moyens financiers et matériels en vue de produire des biens et services pour réaliser des bénéfices.

En d'autres termes, l'entreprise se définit comme une unité de production dotée d'une autonomie financière et de décisions produisant pour le marché des biens ou services, afin de réaliser des profits.

2. Les grandes fonctions de l'entreprise

2.1. Définition de fonction

Les fonctions représentent l'ensemble des tâches homogènes et précises effectuées par les services ou par un ensemble de personnes au sein de l'entreprise pour atteindre un objectif.

2.2. Les fonctions au sein de l'entreprise

On distingue plusieurs types de fonctions :

- **La fonction administrative ou fonction de direction** : c'est l'ensemble des tâches relatives à l'organisation, à la planification, à la coordination et au contrôle au sein de l'entreprise. *Exemple : la direction générale.*
- **La fonction commerciale** : c'est l'ensemble des tâches relatives à l'achat des matières premières et à la vente des produits finis. *Exemple : service commerciale.*
- **La fonction comptable ou financière** : c'est l'ensemble des tâches relatives aux enregistrements des transactions (achats et ventes) et à la gestion des ressources financières. *Exemple : service comptabilité.*
- **La fonction technique ou fonction de production** : c'est l'ensemble des tâches liées à la production des biens et services dans une entreprise. *Exemple : service technique.*
- **La fonction personnelle** : c'est l'ensemble des tâches permettant à l'entreprise de se procurer la main d'œuvre dont elle a besoin pour son fonctionnement. *Exemple : le service personnel*

- **La fonction sécurité** : c'est l'ensemble des tâches liées à la protection des biens et services. *Exemple service sécurité.*

3. Les différentes conceptions de l'entreprise

3.1. L'entreprise comme unité de production

Elle crée la richesse en combinant les facteurs de production. Elle assure également la production de biens et services destinés à satisfaire les besoins.

3.2. L'entreprise comme unité de répartition

Elle distribue les revenus en payant les salaires au personnel, les dividendes aux actionnaires, les impôts à l'Etat, les intérêts aux banques pour les capitaux empruntés et les cotisations aux organismes de sécurité sociale.

3.3. L'entreprise un groupement humain

L'entreprise dispose d'un ensemble de personnes qui interagissent et qui sont affectées à différents services.

3.4. L'entreprise une organisation au sein de l'environnement

L'entreprise dans son fonctionnement, établit des relations ou des échanges avec des partenaires extérieurs. Sa gestion interne est influencée par des facteurs externes à l'entreprise.

TITRE 1 : FONCTION COMMERCIALE

CHAPITRE 1 : L'APPROVISIONNEMENT

Introduction

Pour produire dans une entreprise de production, l'entreprise a besoin d'un certain nombre de facteur de production lui permettant de produire des biens nécessaires à la satisfaction des consommateurs. Pour la production de ses biens elle doit s'approvisionner.

1. Définition

C'est un ensemble d'opérations et de services qui mettent à la disposition de l'entreprise tous les produits dont elle a besoin, qu'elle doit se procurer à l'extérieur en temps et lieu voulu au moindre coût, en qualité et en quantité.

2. Les objectifs

2.1. Objectif de sécurité

L'entreprise doit éviter les ruptures de stock et le sur-stockage

2.2. Objectif de coût ou de rentabilité

L'approvisionnement entraine des coûts tels que : les coûts de passation et de détention (possession) de stock qu'il faut à tout prix minimiser.

2.3. Objectif de qualité

Le niveau de qualité doit être déterminé et respecté.

3. Le processus d'approvisionnement

Pour pouvoir s'approvisionner, le service d'approvisionnement suit certaines étapes :

3.1. La détermination des besoins

Il s'agit de déterminer la quantité et la qualité des marchandises et des matières premières à commander.

3.2. La rédaction d'un bon de commande

Cette activité consiste à choisir le fournisseur qui garantit la qualité et la quantité de la marchandise commandée à un prix relativement bas. Après le choix du fournisseur, on rédige le bon de commande.

3.3. La réception des marchandises commandées

Il s'agit de vérifier, contrôler la quantité et la qualité des marchandises ou matières premières réceptionnées.

3.4. Le stockage des marchandises (magasinage)

Le stockage consiste à ranger les marchandises dans le magasin à des places prévues et dans des meilleures conditions.

4. Etude économique d'approvisionnement

4.1. Les stocks

4.1.1. Définition

Le stock est la quantité de biens accumulés dans un magasin en attendant une utilisation future.

4.1.2. Les différents stocks

- ❖ **Le stock minimum (Sm) :** c'est la quantité de matières premières que l'entreprise doit utiliser entre la passation de la commande et le jour de la livraison de la commande afin d'éviter toute rupture de stock.

$$S_m = \text{Consommation (du mois)} \times \text{délai de livraison (en mois)}$$

- ❖ **Stock maximum (SM) :** c'est le niveau de stock avant toute sortie de marchandises dès qu'il vient d'être renouvelé.

$$SM = \text{stock de sécurité (SS)} + \text{commande}$$

- ❖ **Stock de sécurité (SS)** : c'est la quantité de marchandise mis en réserve par l'entreprise pour éviter les retards de livraison.
- ❖ **Stock d'alerte (SA)** : c'est le niveau de stock à partir duquel la passation d'une commande est déclenchée.

$$SA = SS + S_m$$

❖ **Stock moyen (SO)**

C'est le stock constant que l'entreprise est obligée de posséder en permanence.

$$SO = (\text{Stock final} + \text{Stock initial}) / 2 \quad \text{ou} \quad SO = SS + \text{commande} / 2$$

4.1.3. Les caractéristiques d'un stock

Un bon stock se caractérise par :

- Sa qualité : les produits à stocker ou à commander chez le fournisseur doivent être de bonne qualité.
- Son coût : l'entreprise doit s'approvisionner à moindre coût c'est-à-dire les dépenses liées à l'approvisionnement.
- Sa sécurité : le service d'approvisionnement doit veiller sur la rapidité des livraisons et au respect des délais mais aussi diversifier ses fournisseurs.

5. Les méthodes de gestion et d'évaluation

5.1. Les coûts des stocks

De façon générale, on distingue deux modèles d'évaluation :

- La méthode des coûts moyens pondérés (CMP) : cette méthode consiste à évaluer le coût de sortie des marchandises en stock.
- La méthode de l'épuisement des stocks : elle consiste à faire sortir du stock les marchandises qui en sont stockées en premier. Autrement dit, les marchandises qui entrent en premier au magasin en sortent également en premier (PEPS ou FIFO).

5.2. La méthode de gestion des stocks : classification des produits

5.2.1. La loi 20/80

La loi des « 20/80 » classe les marchandises par ordre décroissant des consommations c'est-à-dire les marchandises sont classées en fonction de leur chiffre d'affaire (recette de vente).

- **Les articles « 20/80 »** représentent 80% de la valeur du stock total des ventes et 20% du stock. Ces marchandises doivent être gérées de manière rigoureuse.
- **Les articles « 80/20 »** représentent 80% du stock et 20% du chiffre d'affaire. Ces articles sont gérés de manière moins rigoureuse.

5.2.2. La méthode ABC

Cette loi ou méthode range les marchandises en trois catégories :

- **La catégorie A** : c'est la catégorie des « articles leaders ». Ces articles représentent 60% du chiffre d'affaire et 10% du stock. Ils doivent être gérés de façon rigoureuse.
- **La catégorie B** : c'est la catégorie des articles courants. Ces articles représentent 30% du chiffre d'affaire et 40% du stock. Ces articles doivent être gérés de façon plus souple.
- **La catégorie C** : ce sont des articles exceptionnels. Ils représentent 10% du chiffre d'affaire et 50% du stock. Ces articles doivent être gérés de façon moins rigoureuse.

5.3. Le modèle de Wilson

Selon Wilson, le stock d'une entreprise d'une entreprise est égal aux coûts de possession des stocks.

$$\text{Coût de passation} = \text{coût de possession}$$

- ❖ $\text{Coût de passation} = \text{frais de transport} + \text{frais administratifs} + \text{frais de contrôle qualité et quantité}$

- ❖ Coût de possession = loyer du magasin + frais d'entretien + frais de gardiennage

EXERCICE D'APPLICATION

Soit une entreprise dont la consommation mensuelle et régulière est égale à 500 unités. Le délai de livraison est de deux mois. Le stock de sécurité est égale à 10% du stock minimum

T.A.F : calculer le stock d'alerte.

CHAPITRE 2 : LA VENTE

Dans ce chapitre, nous allons étudier le marché de l'entreprise, la connaissance du marché et les différentes politiques commerciales.

1. Définition la vente

C'est un contrat par lequel le fournisseur cède un bien ou rend un service au client en contrepartie d'une somme d'argent.

2. Les marchés de l'entreprise

Selon l'approche marketing, le marché est l'ensemble des personnes ou des organisations qui achètent ou qui sont susceptible d'acheter un bien ou un service.

3. Les études de marché

3.1. Définition

C'est la collecte et l'analyse des informations nécessaire à la prise des décisions commerciales ou mercatiques en entreprise.

C'est également un ensemble de méthodes ou de techniques mises en œuvre afin de recueillir, analyser et exploiter les informations commerciales relatives aux différentes composantes du marché : la demande, l'offre et l'environnement.

3.2. Les types d'étude de marché

3.2.1. Les études documentaires

Ce sont des études particulières permettant de collecter les informations déjà existantes afin de résoudre un problème ponctuel de l'entreprise.

3.2.2. Les études quantitatives

Ce sont des études dont le but est de mesurer ou de quantifier ou de quantifier des opinions, des faits, des comportements, des perceptions, des attentes, des préférences, des possessions, des lieux d'achats ou des satisfactions. Il existe deux principales techniques d'étude quantitative :

- **Le recensement** : c'est une technique exhaustive d'enquête sur la totalité de la population.
- **Le sondage** : c'est une technique qui consiste à mener une enquête sur un échantillon représentatif de la population à étudier.

3.2.3. Les études qualitatives

On les appelle études en profondeur. Ce sont des études permettant de comprendre de façon approfondie les comportements, les attitudes, les motivations, les faits et les processus de décision des consommateurs.

4. La politique commerciale

4.1. Définition

Elle désigne l'ensemble des décisions prises par une entreprise pour atteindre ses objectifs de vente et d'amélioration de son chiffre d'affaire.

4.2. La mise en œuvre

4.2.1. La politique de produit

4.2.1.1. Définition

C'est l'ensemble des mesures prises par une entreprise en mettant l'accent sur la qualité et l'emballage du produit pour mieux le commercialiser. Ainsi l'entreprise cherche à différencier son produit des produits de la concurrence.

4.2.1.2. Les actions de la politique de produit

On distingue les actions suivantes :

- ❖ **La gamme de produit** : c'est une famille de produits conçus pour satisfaire un même besoin. *Exemple : la gamme de Joanna de Gandour (le lait, la pommade, le savon, la crème, la poudre, la lotion, le parfum)*
- ❖ **La marque du produit** : c'est un symbole distinctif qui permet d'identifier les produits d'une entreprise et de les différencier à ceux de la concurrence. *Exemple : le nom, le signe, un symbole...*
- ❖ **Le conditionnement du produit**
C'est l'enveloppe matérielle permettant d'assurer les meilleures conditions de sécurité, de manutention (manipulation) de conservation et de stockage des produits.
- ❖ **Le cycle de vie du produit** : c'est l'ensemble des phases que traverse un produit de sa production jusqu'à sa disparition du marché. Ce cycle se décompose en quatre phases :
 - **La phase de lancement** : c'est la phase qui fait connaître le produit de l'entreprise sur le marché

- ***La phase d'expansion*** : c'est la phase qui se traduit par une augmentation des ventes grâce à la publicité. Cette phase est aussi appelée phase de la croissance.
- ***Phase de la maturité*** : Cette phase est caractérisée par le maintien des niveaux de vente stable. Les achats des produits se stabilisent.
- ***Phase du déclin*** : c'est la phase qui traduit la baisse des ventes jusqu'à la disparition du produit devenir vieux démodé, dépassé.

Schéma du cycle de vie d'un produit

4.2.2. La politique de prix

4.2.2.1. Définition

C'est l'ensemble des mesures prises par l'entreprise pour fixer des produits en fonction des contraintes.

4.2.2.2. La détermination des prix

Pour déterminer le prix l'entreprise va prendre en compte les contraintes suivantes :

- Le prix du concurrent
- La réaction des consommateurs
- Le coût de production
- Des impôts et taxes

4.2.3. La politique de distribution

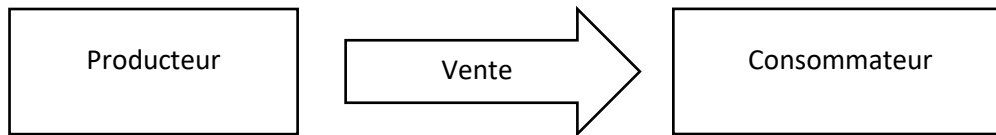
4.2.3.1. Définition

C'est le chemin parcouru par un produit, du producteur jusqu'au consommateur.

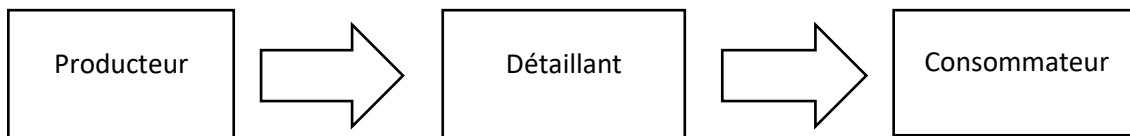
4.2.3.2. Les différents canaux ou circuits de distribution

En fonction du nombre d'intermédiaire entre le producteur et le consommateur, longueur d'un circuit de distribution sera déterminé. Ainsi on a :

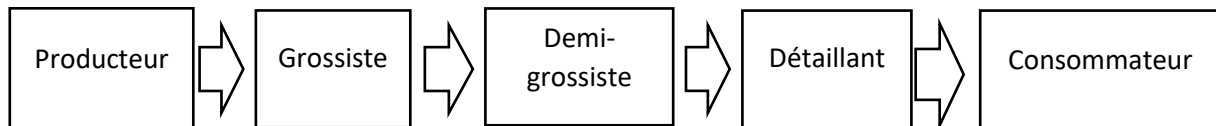
- **le circuit direct** : le fabricant vend lui-même sa production au consommateur.



- **le circuit de distribution court** : Dans cette distribution, le producteur confie la vente de ses produits à un détaillant. Il y a un seul intermédiaire.



- **Le circuit long** : le producteur confie la vente de ses produits à plusieurs intermédiaires.



4.2.4. La politique de communication

4.2.4.1. Définition

C'est l'ensemble des mesures prises par l'entreprise en vue de faire connaître ses produits et d'améliorer son image.

4.2.4.2. Les moyens de la politique de communication

L'entreprise, pour faire connaître ses produits auprès des consommateurs, elle utilise deux types de communications que sont : la communication commerciale et la communication institutionnelle.

❖ La communication commerciale

C'est l'ensemble des actions permettant à l'entreprise d'informer ou de convaincre le public à acheter un produit ou un service. L'entreprise attire l'attention du client potentiel et lui donne le désir d'acheter. Les moyens de la communication commerciale sont :

- **La publicité** : c'est un ensemble de messages diffusés par l'entreprise pour donner aux consommateurs le désir d'acheter un bien ou un service.
- **La promotion** : c'est un ensemble d'avantages commerciaux à accorder aux clients en vue d'augmenter le chiffre de l'entreprise pendant une période donnée.

❖ La communication institutionnelle

C'est l'ensemble des actions effectuées par l'entreprise dans le but de développer une image favorable de l'entreprise. Les moyens de la communication institutionnelle sont :

- **Le parrainage ou le sponsoring** : c'est un soutien matériel et financier qu'une entreprise apporte à un événement culturel ou sportif en contrepartie d'une prestation publicitaire en vue d'améliorer ses recettes.
- **Les relations publiques** : c'est l'ensemble des activités effectuées par l'entreprise afin d'établir de bonnes relations avec la population (le grand public). *Exemple : visite d'entreprise.*
- **Le mécénat** : c'est un soutien matériel accordé par l'entreprise à une manifestation culturelle et sociale en vue d'améliorer l'image de l'entreprise.

NB : le mécénat est sans contrepartie et sans promotion

4.2.4.3. Les objectifs de la politique de communication

Les objectifs de communication correspondent aux réactions que l'on attend du récepteur. On distingue trois objectifs :

- **An niveau cognitif (faire savoir)** : c'est le niveau de connaissance. La communication a pour but la prise de conscience, l'attention, la notoriété et l'information de la cible au sujet d'une marque, d'un produit, d'une idée ou d'une entreprise.

- **Au niveau affectif (faire aimer) :** c'est le niveau de l'appréciation. La communication agit sur les attitudes. Elle a pour objet d'éveiller l'intérêt, le désir et la préférence des individus.
- **Au niveau comportemental (faire agir) :** c'est le niveau de l'action. Le but est d'entraîner une action se traduisant par un achat ou l'adoption d'un nouveau comportement.

TITRE 2 : LA FONCTION FINANCIERE

L'entreprise est une unité de production qui crée les biens et services en vue de réaliser des profits. Pour maintenir son fonctionnement, assurer sa survie et son développement, elle a besoin de capitaux nécessaires. Ainsi elle va effectuer des opérations et des actions en vue de se procurer les ressources financières nécessaires avec le maximum de sécurité et à moindre coût. L'ensemble de ces actions est appelé la fonction financière. De ce fait pour mieux comprendre cette fonction importante au sein de l'entreprise, nous allons étudier les notions suivantes :

- Définition et structure de la fonction financière
- Les moyens de règlement de l'entreprise
- Les moyens de financement de l'entreprise

CHAPITRE 1 : DEFINITION ET STRUCTURE DE LA FONCTION FINANCIERE

1. Définition de la fonction financière

C'est l'ensemble d'opérations ou de tâches permettant de fournir à l'entreprise dont elle a besoin, avec le maximum de sécurité et à moindre coût.

2. Objet de la fonction financière

La fonction financière doit permettre à l'entreprise :

- De faire face à ses engagements (emprunts et dettes) ;
- De se procurer les ressources financières nécessaire pour ses activités ;
- D'assurer la rentabilité des ressources financières engagées dans ses activités.

3. Organisation et structure la fonction financière

3.1. Organisation

Les activités financières ou comptables s'organisent dans les grandes entreprises, généralement entre trois services. Ce sont :

- ❖ Le service comptable (A)

Il a pour mission :

- D'enregistrer et prendre en compte toutes les opérations comptables de l'entreprise.
- De fournir et de sauvegarder obligatoirement les documents comptables capables d'aider l'entreprise dans sa gestion.

❖ Le service financier (B)

Il a pour mission :

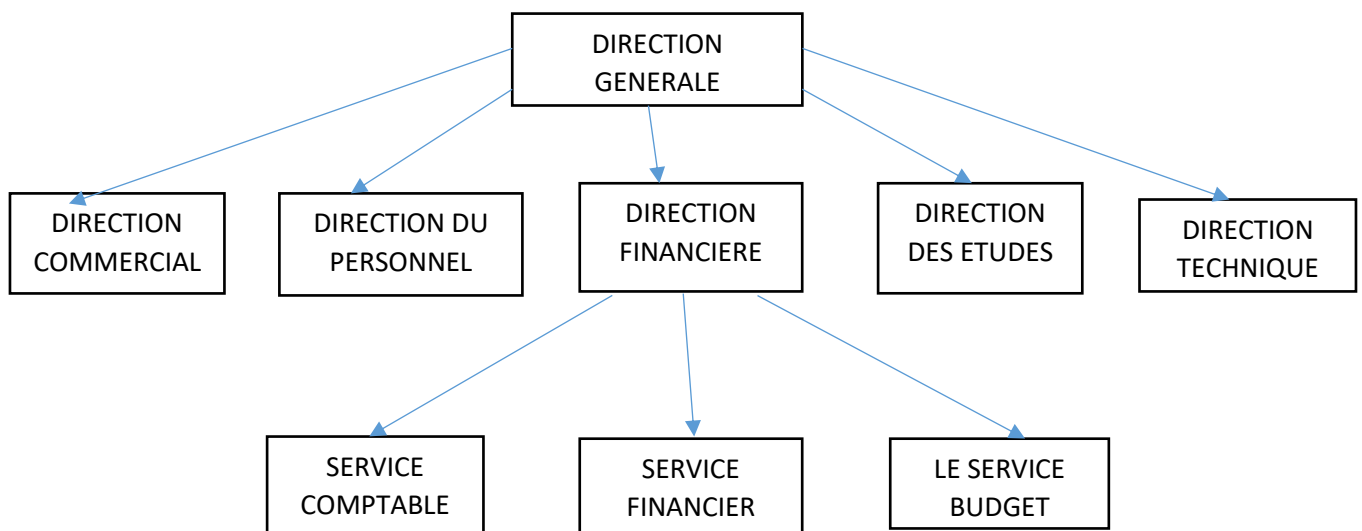
- De traiter toutes les opérations financières de l'entreprise c'est le traitement des salaires le décaissement, l'encaissement, négociation des prêts et leurs remboursement
- Prendre les décisions adéquates pour les placements et les financements.

❖ Le service budget (C)

Il a pour mission d'effectuer la planification financière de l'entreprise par l'élaboration des budgets prévisionnels (budget de tous les différents services de l'entreprise, le budget de la trésorerie à savoir le budget des encaissements et décaissements).

3.2. La structure

La fonction financière est une tâche de direction dont l'autorité hiérarchique est le directeur financier.



CHAPITRE 2 : LES MOYENS DE REGLEMENT DE L'ENTREPRISE

Introduction

Pour régler ou payer ses factures ou ses dettes, l'entreprise utilise un ensemble de moyens de règlement tels que la lettre de change, le billet à ordre, le récépissé WARRANT et le chèque. Dans ce chapitre il est donc question d'étudier ces différents moyens de paiement que nous venons de cité.

1. La lettre de change

1.1. Définition

C'est un document par lequel une personne donne l'ordre à une tierce personne de payer une somme à une troisième personne à une date indiqué.

1.2. Les intervenants dans la lettre de change

On a :

- Le tireur : c'est celui qui donne l'ordre à une tierce personne de payer.
- Le tiré c'est celui qui reçoit l'ordre de payer du tireur.
- Le bénéficiaire : c'est celui qui reçoit la somme du tiré

1.3. Le contenu de la lettre de change

La lettre de change est constituée des mentions obligatoires et facultatives.

1.3.1. Les mentions facultatives

On a :

- l'acceptation : 'la mention acception' n'est pas obligatoire la lettre de change.
- L'aval c'est celui qui garantit le remboursement d'une créance ou d'une dette.

1.3.2. Les mentions obligatoires

Ces mentions doivent obligatoirement figurer sur la lettre de change :

- La dénomination « lettre de change »
- L'ordre de payer
- Le nom du bénéficiaire
- Le nom et l'adresse du tiré
- Le montant à payer
- La date et lieu de création de la lettre de change :

- L'échéance de la traite
- La signature du tireur

LETTRE DE CHANGE	
Veuillez payer à l'ordre de M ou Mme..... la somme de..... Échéance de paiement.....	Nom et signature du tireur
Date et lieu de création.....	

1.4. L'usage de la lettre de change

Il est possible :

- de conserver la lettre de change jusqu'à échéance
- de transmettre la lettre de change à un autre bénéficiaire. Là on parle d'encaissement

2. **Le billet à ordre**

2.1. Définition

C'est un document ou un écrit par lequel une personne s'engage (tireur, tiré) à payer une somme à une tierce personne appelée bénéficiaire.

2.2. Les différents types de billets à ordre

On distingue :

- Le billet à ordre simple : c'est écrit ou un document par lequel une personne appelé souscripteur s'engage à payer à une échéance déterminée une somme d'argent à une autre personne appelé bénéficiaire.

Les mentions obligatoires ou facultatives de la lettre de change sont applicables au billet à ordre simple. Le souscripteur joue le rôle de tireur et de tiré.

- Le billet à ordre garantie : le WARRANT

L'expression « WARRANT » est un terme anglais qui signifie gage ou garantie qui constate le dépôt de matières premières ou de marchandises dans des magasins. Il est transmissible par endossement, et peut être escompté à la banque.

3. Le chèque

3.1. Définition

Le chèque est un écrit par lequel un créancier (le tireur) donne l'ordre à sa banque (tiré) a payé une somme déterminée soit à lui-même, soit à un tiers (le bénéficiaire).

3.2. Les caractéristiques du chèque

- Le chèque est un effet de commerce
- Le chèque est une lettre de change dont le tiré est toujours une institution financière (banque).
- le chèque suppose des provisions préalables c'est-à-dire un dépôt préalable dans une banque.

3.3. Les différents types de chèque

- **Chèque au porteur** : c'est un chèque payable à vue par le tiré quel que soit celui qui porte le chèque. Il n'est pas transmis par endossement.
- **Le chèque certifié** : c'est un chèque qui peut être vérifié par le bénéficiaire auprès d'une banque qui porte une mention spéciale sur le chèque et qui donne lieu à un blocage de provision. Ce chèque est transmissible par endossement.
- **Le chèque barré** : c'est un chèque qui porte un trait parallèle oblique tracé sur la partie gauche. Cela signifie qu'il est toujours payable par une banque et serait obligatoirement payé à une autre banque. Ainsi le bénéficiaire du chèque est obligé d'avoir un compte bancaire.

CHAPITRE 3: LES MOYENS DE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE

1. Notion de besoin de besoin de financement

1.1. Définition

Les besoins de financement sont l'ensemble des désirs de financement exprimés par une entreprise. « En effet avant d'encaisser le montant des ventes, l'entreprise devra préfinancer en permanence le cycle d'exploitation ».ainsi l'on distingue deux catégories de besoin de financement :

- Le besoin de financement des investissements
- Le besoin de financement de l'exploitation.

1.2. Les types de besoins financement

1.2.1. Les besoins de financement liés au cycle investissement

L'investissement est une opération par laquelle l'entreprise emploie des ressources financières à l'acquisition d'un bien matériel (machine, véhicule...), immatériel (brevet, logiciel...) ou financier (participation) dans le but d'en retirer un profit futur. L'objectif est de financer des outils de qualité pour améliorer la productivité et la performance de l'entreprise.

Aucune stratégie ne peut être mise en œuvre sans avoir préalablement estimé les besoins de financement liés aux investissements.

1.2.2. Les besoins liés aux cycles d'exploitation

Il s'agit ici de trouver les ressources pour répondre à toutes les transactions effectuées dans l'objectif d'assurer le fonctionnement de l'entreprise. On parle de l'achat de matières premières, du paiement des factures pour les fournisseurs ou les prestataires et de la rémunération du personnel.

2. Les moyens de financement

2.1. Définition

Les moyens de financement sont des ressources qui permettent à l'entreprise de satisfaire ses besoins de financement.

2.2. Les différents moyens de financement

Les moyens de financement dont dispose l'entreprise sont de deux groupes :

- Les moyens de financement de l'investissement
- Les moyens du cycle d'exploitation

2.2.1. Les moyens de financement de l'investissement

C'est l'ensemble des ressources stables, c'est-à-dire les ressources financières qui restent durablement à la disposition de l'entreprise pendant plusieurs années. On distingue donc les moyens de financement internes et les moyens de financement externes.

2.2.1.1. Les moyens de financement interne ou financement par fonds propres

Il s'agit des capitaux propres. Ils sont le gage de créanciers et détermine la capacité d'emprunt de l'entreprise. Ils comprennent l'autofinancement, l'augmentation du capital, la cession d'éléments de l'actif immobilisé, et les quasi-fonds propres.

❖ L'autofinancement

L'autofinancement est le financement des investissements par les moyens propres de l'entreprise. Ces ressources proviennent des réserves, des dotations aux amortissements et des bénéfices non distribués.

Avantages

- C'est un financement gratuit car l'entreprise n'a pas d'intérêt à payer ;
- Il se renouvelle annuellement
- Il accroît les capitaux propres
- Il augmente la capacité d'emprunt de l'entreprise
- Il maintient l'indépendance financière de l'entreprise.

Inconvénients

- Moyen de financement lent
- L'insuffisance des ressources peut retarder le développement de l'entreprise
- Il peut entraîner le mécontentement des associés (dividendes insuffisants)
- Il peut être facteur de hausse des prix

❖ L'augmentation du capital

Il s'agit en générale du capital social qui n'est rien d'autre que l'ensemble des fonds mises à la disposition de l'entreprise par ses propriétaires (associés actuels ou nouveaux associés), sous forme d'apport en numéraire ou en nature

procédant à une augmentation du capital (droits de souscription). Cela se traduit par les parts sociales et les actions.

Avantages

- Elle n'entraîne pas de remboursement des fonds collectés.
- Elle maintient intact la capacité d'endettement de l'entreprise
- La rémunération des fonds est variable car les dividendes dépendent des bénéfices réalisés.

Inconvénients

- Elle entraîne des risques de non souscription.
- Elle entraîne le risque de perte de control de capital par les actionnaires actuels
- C'est un moyen de financement réservé presque exclusivement aux grandes entreprises.

❖ La cession d'éléments de l'actif immobilisé

Les actifs immobilisés sont : les immobilisations corporelles, les immobilisations incorporelles et les immobilisations financières. La cession d'éléments d'actif immobilisé peut résulter de la vente de filiales marginales, d'usines ou d'activités marginales.

❖ Les quasi-fonds propres

Ce sont des moyens de financement dont la nature se situe entre les fonds propres et les dettes. Il s'agit :

- Des avances en compte courant des associés
- Les primes et subventions (ressources accordées par l'Etat pour aider les entreprises en difficulté, pour l'acquisition d'équipements et aussi les exonérations fiscales).

2.2.1.2. Les moyens de financement externes ou endettement (ressources étrangères)

Les fonds propres couvrent rarement l'intégralité des besoins de financement des investissements. L'entreprise doit donc recourir à des ressources extérieures qui sont :

- Les emprunts à moyens et longues termes ;
- Le crédit-bail (leasing)

❖ Les emprunts à moyen et long terme

L'emprunt est une opération juridique et financière par laquelle un (ou plusieurs) prêteur met à la disposition de l'emprunteur des capitaux en contrepartie : Du versement d'intérêt et du remboursement du capital prêté à une date convenue dans le contrat. Nous avons donc :

- Les emprunts obligataires : ce sont des emprunts à long terme contracté par l'entreprise auprès du public (plusieurs prêteurs). Le montant des emprunts est divisé en fraction égale appelé titres ou obligations de durée supérieur à 7 ans.
- Les emprunts indivis ou bancaires : ce sont des emprunts contractés auprès d'un seul prêteur (banque et établissement financier) remboursable à une échéance fixée d'avance. Ce type d'emprunt exige des garanties (gage, cautionnement, hypothèque) de la part de l'emprunteur.

Avantages

- L'entreprise conserve son indépendance de gestion, car les prêteurs ne sont pas des actions mais des créanciers.
- L'entreprise connaît les intérêts à rembourser.

Inconvénients

- L'entreprise diminue sa capacité d'emprunt, car la part des capitaux étrangers augmente par rapport aux fonds propres.
- Coût important de l'endettement, car l'entreprise doit rembourser les fonds empruntés plus les intérêts.

NB : les emprunts à moyen terme ont une échéance allant de 2 à 7 ans et les emprunts à long ont une échéance allant au-delà de 7 ans.

❖ Le crédit-bail (leasing)

C'est un contrat par lequel une société de crédit (banque) met un bien (mobilier ou immobilier) à la disposition d'une entreprise pour une période de location comportant à son terme une option entre trois possibilités pour le client : arrêt du contrat de location, renouvellement de la location ou achat du bien.

Avantages

- Financement intégral d'un investissement sans apport de capitaux propres.
- Garantie contre l'obsolescence des biens.

Inconvénients

- Coût élevé
- Loyers périodiques contraignants.
- Endettement accru de l'entreprise (crédit-bail, crédit normal)

2.2.2. Les moyens de financement de l'exploitation ou financement cyclique

Le financement du cycle d'exploitation est assuré en partie par les ressources stables : c'est le fonds de roulement. Pour les autres besoins d'exploitation, l'entreprise peut recourir à des dettes à court terme.

2.2.2.1. Le fonds de roulement (FR)

Le fonds de roulement est formé à partir de l'excédent des ressources stables (capitaux propres ; dettes financières) sur les emplois stables (immobilisations).

$\text{FR} = \text{ressources stables} - \text{emplois stables}$
--

NB : ressources stables = capitaux propres + dettes financières

Emplois stables = $\sum$ immobilisations

2.2.2.2. Les dettes à court terme

Les dettes ou crédits à court terme les plus usuels sont : la mobilisation des créances commerciales, le crédit fournisseur, le crédit bancaire et l'obligation cautionnée.

❖ La mobilisation des créances commerciales

L'entreprise peut se procurer de la liquidité en mobilisant ses créances sans attendre les échéances de délais de paiement accordés à ses clients. Pour ce fait, elle utilise :

- L'escompte des effets de commerce : il consiste à refinancer ses créances auprès des banques avant échéance, par la remise d'effet de commerce (lettre de change, billet à ordre).

- Le crédit de mobilisation des créances commerciales : il consiste à regrouper toutes les factures d'échéances voisines (10 jours d'écart) et à créer pour leur montant global un seul billet à ordre à escompter auprès des banques.
- L'affacturage ou factoring : c'est un procédé par lequel l'entreprise des créances-clients à une société spécialisée qui règle immédiatement et se charge de recouvrement à l'échéance.

❖ Le crédit fournisseur

L'entreprise négocie avec ses fournisseurs pour obtenir des biens qu'elle payera à une échéance ultérieure (30 ; 60 ; 90 jours).

❖ Le crédit bancaire ou crédit de trésorerie

Les crédits de trésorerie sont des facilités qui sont accordés par les banques pour financer les décalages entre l'entrée des recettes et la réalisation des dépenses. Ces modalités sont :

- Le découvert bancaire : il correspond à une opération de crédit par laquelle une banque autorise son client à tirer des chèques pour un montant supérieur à la provision de son compte.
- Le crédit de campagne : c'est un crédit qui permet à une entreprise qui a une activité saisonnière de financer sa production ou le stockage des produits.

❖ L'obligation cautionnée

C'est un crédit accordé par l'administration fiscale, sous forme d'une caution bancaire permettant à l'entreprise de différer le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA).

TITRE 3 : LA FONCTION ADMINISTRATIVE

CHAPITRE 1 : LES STRUCTURES DE L'ENTREPRISES

1. Définitions

1.1. Définition de la structure

La structure d'une entreprise est la manière dont les tâches et les services qui la composent sont agencés (organisés) et les liens (relation) qui sont établis entre les différents organes.

1.2. Définition de l'organigramme

C'est la description ou la représentation schématique de la structure de l'entreprise.

2. Les différentes structures de l'entreprise

2.1. Les structures traditionnelles

2.1.1. La structure hiérarchique

Une structure hiérarchisée est une structure dans laquelle un subordonné ne reçoit d'ordre que d'un seul chef. Il s'agit du principe de l'unicité de commandement.

2.1.2. La structure fonctionnelle

Une structure fonctionnelle est une structure dans laquelle le subordonné reçoit les ordres de plusieurs spécialistes. Il s'agit du principe de la pluralité de commandement.

2.1.3. La structure hiérarchico-fonctionnelle ou structure divisionnelle

C'est une structure mixte dans laquelle les organes hiérarchiques sont des centres de décisions et les organes fonctionnels (spécialistes) sont des centres de consultations, de conseils et d'études.

2.2. Les structures modernes

2.2.1. La structure décentralisée

2.2.2. La structure matricielle

3. Les critères de choix d'une structure

CHAPITRE 2 : LA DIRECTION GENERALE

1. Le processus de direction
2. Les niveaux de décision
3. Les tâches de direction et leur évolution
 - 3.1. La vision traditionnelle de la fonction de direction
 - 3.2. La vision moderne : le management

TITRE 4 : LA FONCTION TECHNIQUE

CHAPITRE 1 : LA PRODUCTION

1. Les objectifs du système de production

- 1.1. La capacité de production
- 1.2. Le coût de production
- 1.3. Le délai
- 1.4. La qualité
- 1.5. La flexibilité

2. Les types de production

- 2.1. La production en série

C'est une production en grande quantité qui implique la standardisation. Elle est généralement mise en place par les entreprises spécialisées dans la fabrication des produits de grande consommation. *Exemple : la production automobile chez Peugeot, Renault...*

- 2.2. La production en continue

C'est une production réalisée sans interruption. C'est une production qui fonctionne 24H/24H. Les machines n'arrêtent jamais de tourner. Les travailleurs se relaient tous les 8 heures.

- 2.3. La production en flux tendus
- 2.4. La production par unité

C'est la production faite en fonction d'une commande reçue par l'entreprise. Il s'agit de la fabrication d'unité de prototypes. Le produit est directement livré sans stockage, et répondant à un besoin précis du client. *Exemple : bateau, immeuble, avion...*

3. Les étapes du processus production

- 3.1. Les achats
- 3.2. L'usinage des pièces
- 3.3. L'assemblage des pièces
- 3.4. Le montage des sous-ensembles
- 3.5. Le conditionnement

CHAPITRE 2 : L'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

- 1. Les services de la production
 - 1.1. Les services opérationnels
 - 1.1.1. Le bureau des études
 - 1.1.2. Le bureau des méthodes
 - 1.1.3. Le bureau d'ordonnancement et de lancement
 - 1.1.4. Le bureau de contrôle
 - 1.2. Les services fonctionnels
 - 1.2.1. Le service de fabrication
 - 1.2.2. Le service d'expédition
 - 1.2.3. Le service de manutention
 - 1.2.4. Le service outillage
 - 1.2.5. Le service entretien
- 2. Les contrôles de production

CHAPITRE 3 : L'ORGANISATION DU TRAVAIL ET SON EVOLUTION

1. Le taylorisme
2. Le fordisme
3. Les nouvelles formes d'organisation de travail
 - 3.1. La rotation des postes
 - 3.2. L'élargissement des tâches
 - 3.3. L'enrichissement des tâches
 - 3.4. Te travail en groupe