

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	8 L'organisation, la planification et la production 8.4 La production	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- L'entreprise peut vouloir profiter des fluctuations des prix des produits ou des taux de change entre les monnaies.
- L'entreprise peut vouloir profiter des économies sur le volume acheté ou transporté.

8.4.4.1 Les approvisionnements

Selon le type d'activité, les achats représentent une part plus ou moins importante du chiffre d'affaires. Les coûts des achats correspondent au coût des produits et des services acquis, aux frais de transaction et aux coûts de structure de la fonction achat et pour partie de la fonction comptabilité.

..

Voici une illustration montrant l'impact de la fonction achat sur le résultat de l'entreprise. Le résultat net de l'entreprise est supposé être égal à 5 % du chiffre d'affaires.

Secteur d'activité	% des achats dans le CA	Economie sur les achats 1,25%		Economie sur les achats 2,50%		Economie sur les achats 5,00%	
		Gain net en résultat	Hausse de CA équivalente	Gain net en résultat	Hausse de CA équivalente	Gain net en résultat	Hausse de CA équivalente
Services	20%	0,25%	5,00%	0,50%	10,00%	1,00%	20,00%
Industrie	60%	0,75%	15,00%	1,50%	30,00%	3,00%	60,00%
Distribution	85%	1,06%	21,25%	2,13%	42,50%	4,25%	85,00%

Tableau 350 – L'impact sur le résultat des économies sur les achats

a

Il est donc particulièrement important de **maîtriser les coûts des achats** par les actions suivantes :

- **Centraliser les achats entre toutes les activités stratégiques.**
Ceci permet de diminuer les coûts de structure.
- **Se constituer un catalogue de produits référencés pour éviter les achats marginaux.**
En ce cas les achats ne peuvent se faire qu'au travers de celui-ci. Son enrichissement ne peut alors que se justifier sur un calcul de rentabilité entre le coût de gérer une référence supplémentaire et la perte d'opportunité de l'apport de celle-ci.
- **Avoir un nombre suffisant d'acheteurs leur permettant de rechercher les fournisseurs les plus adéquats.**
Le nombre d'acheteurs – tout comme le nombre de commerciaux – doit être proportionnel à la pression de l'environnement.
- **Passer des appels d'offre à caractère fonctionnel et non technique à ses fournisseurs.**
L'objectif est de répondre à un besoin de l'entreprise. Charge aux fournisseurs de fournir la solution au travers de leurs offres. Cette approche permet d'élargir la concurrence donc d'abaisser les coûts des achats.
- **Mettre en œuvre des processus e-Business avec ces fournisseurs.**
Cette technologie permet de diminuer le temps des transactions, donc de retarder les achats au regard de la date butoir de livraison, et de diminuer le volume de stock.

8.4.4.2 Le référencement d'un fournisseur

L'entreprise doit conserver les fournisseurs avec lesquels elle réalise l'essentiel de ses achats afin d'obtenir des prix avantageux et afin de diminuer les coûts des transactions pour de faibles montants commandés.

a

L'analyse du portefeuille de fournisseurs s'effectue au moyen d'une **répartition ABC**. En règle générale, l'entreprise réalise :