

1^{re} et 2^e années

BTS tertiaires

CEJM

Culture économique, juridique et managériale

en fiches et entraînements



Christophe Dechavanne

ellipses

Comment s'établissent les relations entre l'entreprise et son environnement ?

Cours

I. Le marché et les agents économiques

On compte 5 agents économiques majeurs : **les ménages, les banques ou organismes financiers, l'État ou administrations publiques, le reste du Monde et les entreprises ou firmes.**

Les ménages ont comme rôle principal **la consommation et l'épargne** grâce à leur revenu. **L'entreprise** a comme rôle **la production de biens et services marchands** et l'investissement dans les facteurs de production afin de réaliser du profit. L'État lui crée des services et produits non marchands publics et collecte des impôts. Les banques participent au financement des entreprises par la collecte de l'argent de l'épargne et le reste du monde commerce avec le pays sur des biens et services qu'il produit ou pas.

A. Les échanges économiques sur les marchés

1. Le marché

Le Marché est le lieu de rencontre virtuel ou réel entre l'offre et la demande de biens et services qui va permettre une fixation d'un prix et d'une quantité d'équilibre.

La Monnaie permet l'échange des biens et services contre un prix car elle permet d'éteindre une dette, c'est une unité de compte et une réserve de valeur.

On étudie en économie généralement 3 types de marché :

- celui des biens et services avec **un prix d'échange** ;
- celui du travail avec **un salaire d'échange** ;
- celui financier ou des capitaux avec **un taux d'intérêt et/ou une valeur d'échange.**

2. Les conditions de fonctionnement du marché en concurrence pure et parfaite

Théoriquement un marché en concurrence pure et parfaite doit posséder **5 conditions** :

- mobilité des facteurs de production ;
- atomicité du marché ;
- transparence du marché ;
- non-hétérogénéité (ou homogénéité) des produits ;
- libre entrée sur le marché.

B. Le fonctionnement du marché selon la loi de l'offre et la demande

La loi de l'offre et la demande est le phénomène quand l'offre et la demande évolue de façon contraire par rapport à une fixation de prix. Quand l'offre est supérieure à la demande, on parle de surproduction, les offreurs vont baisser leur production pour retrouver un prix d'équilibre. Quand il y a une offre inférieure à la demande on parle de pénurie et les offreurs vont accélérer leur production pour profiter du prix haut jusqu'à ce que celui baisse au prix d'équilibre.

II. Les interrelations entre l'entreprise et ses partenaires

A. Les relations entreprise et État

L'État peut exercer un contrôle sur les marchés de l'entreprise. Il peut donner des marchés aux entreprises et avoir un impact positif sur l'économie. Mais ils prélèvent des impôts et taxes qui peuvent freiner la dynamique de l'économie.

1. Les relations entre entreprises

Les entreprises peuvent jouer la collaboration en alliance par coopération sur l'élaboration de produits communs et perturbent la concurrence directe.

2. Les relations entreprises et ménages

Les ménages et groupe de pression, parties prenantes peuvent demander le Boycott par d'autres consommateurs du produit qui ne respecterait pas des règles d'éthique et ont donc des influences fortes sur le marché.

B. Les imperfections du marché

On peut remarquer 6 imperfections sur les marchés :

- **les abus de position dominante** ;
- **les ententes** ;
- **une détention d'information importante appelée asymétrie d'information** ;
- **les externalités** ;
- **les hétérogénéités des produits** ;
- **les brevets industriels**.

1. Les abus de position dominante

Les abus de position dominante se caractérisent par le fait qu'une entreprise exploite abusivement sa position de domination sur un marché pour imposer des conditions à un client ou fournisseur.

2. Les ententes

Les ententes se caractérisent par le fait que différents producteurs de produits ou de services représentant l'essentiel d'un marché se mettent d'accord pour pratiquer une politique de prix commune ou pour ne pas descendre en dessous d'un prix minimum. Les pratiques d'entente sont bien sûr illégales car c'est une limitation de concurrence.

3. L'asymétrie d'information

C'est une détention d'informations nécessaires à la transaction sur un marché pour fixer un prix.

On distingue deux asymétries d'information : l'aléa moral (sur le comportement après la conclusion du contrat) et l'antisélection ou sélection adverse (sur les caractéristiques des biens ou services avant la conclusion du contrat).

4. Les externalités

Ce sont des effets externes de l'activité de production qui sont positifs ou négatifs sur le bien être d'autres agents économiques et qui ne font pas l'objet d'une contrepartie financière de l'auteur de celles-ci.

5. Les hétérogénéités des produits

Les hétérogénéités des produits sur un marché correspondent au fait que les entreprises ne livrent pas les mêmes produits. L'une des conditions de la Concurrence Pure et Parfaite est donc rompue.

III. Les échanges économiques sur les marchés

A. Le marché

Le Marché est le lieu de rencontre virtuel ou réel entre l'offre et la demande de biens et services qui va permettre une fixation d'un prix et d'une quantité d'équilibre.

La Monnaie permet l'échange des biens et services contre un prix car elle permet d'éteindre une dette, c'est une unité de compte et une réserve de valeur.

On étudie en économie généralement 3 types de marché :

- celui des biens et services avec **un prix d'échange** ;
- celui du travail avec **un salaire d'échange** ;
- celui financier ou des capitaux avec **un taux d'intérêt et/ou une valeur d'échange**.

B. Les conditions de fonctionnement du marché en concurrence pure et parfaite

Théoriquement un marché en concurrence pure et parfaite doit posséder **5 conditions** :

- **mobilité des facteurs de production** ;
- **atomicité du marché** ;
- **transparence du marché** ;
- **non-hétérogénéité (ou homogénéité) des produits** ;
- **libre entrée sur le marché**.

C. Le fonctionnement du marché selon la loi de l'offre et de la demande

La loi de l'offre et la demande est le phénomène quand l'offre et la demande évolue de façon contraire par rapport à une fixation de prix. Quand l'offre est supérieure à la demande, on parle de surproduction, les offreurs vont baisser leur

production pour retrouver un prix d'équilibre. Quand il y a une offre inférieure à la demande on parle de pénurie et les offreurs vont accélérer leur production pour profiter du prix haut jusqu'à ce que celui baisse au prix d'équilibre.

IV. Les interrelations entre l'entreprise et ses partenaires

A. Les relations entreprise et État

L'État peut exercer un contrôle sur les marchés de l'entreprise. Il peut donner des marchés aux entreprises et avoir un impact positif sur l'économie. Mais ils prélèvent des impôts et taxes qui peuvent freiner la dynamique de l'économie.

B. Les relations entre entreprises

Les entreprises peuvent jouer la collaboration en alliance par coopération sur l'élaboration de produits communs et perturbent la concurrence directe.

C. Les relations entreprises et ménages

Les ménages et groupe de pression, parties prenantes peuvent demander le Boycott par d'autres consommateurs du produit qui ne respecterait pas des règles d'éthique et ont donc des influences fortes sur le marché.

V. Les imperfections du marché

On peut remarquer 6 imperfections sur les marchés :

- **les abus de position dominante ;**
- **les ententes ;**
- **une détention d'information importante appelée asymétrie d'information ;**
- **les externalités ;**
- **les hétérogénéités des produits ;**
- **les brevets industriels.**

A. Les abus de position dominante

Les **abus de position dominante** se caractérisent par le fait qu'une entreprise exploite abusivement sa **position** de domination sur un marché pour imposer des conditions à un client ou fournisseur.

B. Les ententes

Les ententes se caractérisent par le fait que différents producteurs de produits ou de services représentant l'essentiel d'un marché se mettent d'accord pour pratiquer une politique de prix commune ou pour ne pas descendre en dessous d'un prix minimum. Les pratiques d'entente sont bien sûr illégales car c'est une limitation de concurrence.

C. L'asymétrie d'information

C'est une détention d'informations nécessaires à la transaction sur un marché pour fixer un prix.

On distingue deux asymétries d'information : l'aléa moral (sur le comportement après la conclusion du contrat) et l'antisélection ou sélection adverse (sur les caractéristiques des biens ou services avant la conclusion du contrat).

D. Les externalités

Ce sont des effets externes de l'activité de production qui sont positifs ou négatifs sur le bien être d'autres agents économiques et qui ne font pas l'objet d'une contrepartie financière de l'auteur de celles-ci.

E. Les hétérogénéités des produits

Les hétérogénéités des produits sur un marché correspondent au fait que les entreprises ne livrent pas les mêmes produits. L'une des conditions de la Concurrence Pure et Parfaite est donc rompue.

F. Les brevets industriels

Un brevet est un dysfonctionnement utile du marché qui consiste à un État à donner un monopole d'exploitation temporaire sur un produit pendant quelques années. Cela permet l'innovation bénéfice pour l'emploi et la croissance d'un pays.

Auteurs à mobiliser

Auteurs	Courant idéologique	Idées ou concepts clés	Explication des idées ou concepts clés
Léon WALRAS & Vilfredo PARETO	Néoclassique	Concurrence pure et parfaite	 https://www.youtube.com/watch?v=4AD3Cen8HKs
PIGOU	Néoclassique	Externalités	 https://www.youtube.com/watch?v=yUGR4S8RrnA
George AKERLOF (prix Nobel 2001)	Néokeynésien	Asymétrie d'information, antisélection	 https://www.youtube.com/watch?v=ePYBL1QI54M