

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

L'**environnement** peut se définir comme tout ce qui se situe autour de l'entreprise. On distingue le microenvironnement c'est-à-dire l'environnement au sens étroit (marché, concurrents, fournisseurs, clients) et le macroenvironnement (au sens le plus large : PESTEL). L'entreprise peut le plus souvent influencer son microenvironnement mais pas son macroenvironnement.

L'**entreprise** est une organisation (combinaison structurée de ressources humaines, financières, matérielles et immatérielles) qui cherche à maximiser son profit en vendant des biens et/ou services sur un marché.

L'entreprise interagit avec les acteurs de l'environnement :

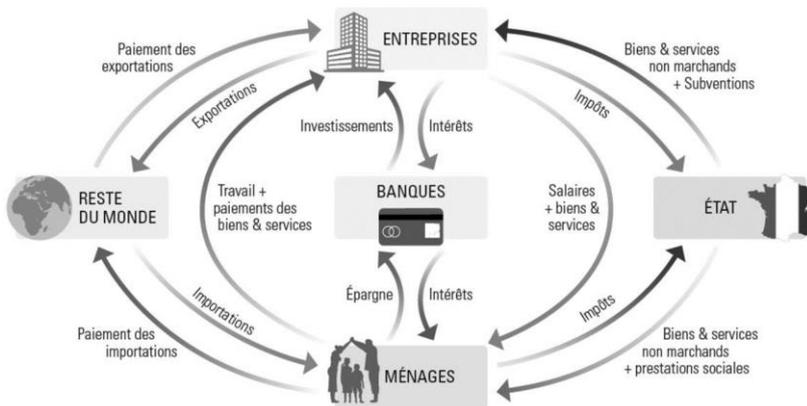
\_ **Ménages** (clients) : consommation de biens et services

\_ **Entreprises** (fournisseurs et/ou clients) : production de biens et services marchands et/ou consommations intermédiaires

\_ **Banques** : Crédits, services financiers, mise à disposition de moyens de paiement (notons que les banques ne sont pas les seuls moyens pour obtenir un financement : marchés financiers, autofinancement, love money, crowdfunding, ...)

\_ **Etat** (administrations publiques) : production de services non marchands ; redistribution ; régulation ; allocation

Le circuit économique schématise de façon simplifiée le fonctionnement d'une économie :



La majorité des **échanges** s'effectue sur des marchés. L'échange est étroitement lié à l'idée de spécialisation. Les agents économiques se spécialisent pour gagner en efficacité (productivité) et ensuite échange leurs surplus pour se procurer les autres biens et services dont ils ont besoin. La monnaie comme intermédiaire dans les échanges facilite ceux-ci et donc renforce la spécialisation et donc le développement économique.

Le **marché** est un lieu d'échange entre des offreurs et des demandeurs sur lequel s'établit un prix d'équilibre. La concurrence sur les marchés est favorable à une baisse des prix, une gamme de produits plus étendue et à l'innovation.

On distingue 3 grands types de marchés : marché de biens et services, marché du travail, marché de capitaux.

Les entreprises peuvent avoir entre elles des relations :

\_ de **complémentarité ou coopération** (partenariat/alliance)

\_ ou de **concurrence** (rivalité pour se disputer une même clientèle)

L'**offre** est une fonction croissante du prix car plus le prix est élevé, plus l'offre augmente pour profiter des bénéfices.

La **demande** est une fonction décroissante du prix. Plus le prix est élevé, moins les acheteurs seront disposés à acheter le bien.

L'offre et la demande vont s'équilibrer au niveau du prix d'équilibre. C'est à ce prix que l'utilité des consommateurs et le profit des entreprises sont maximisés.

Si les conditions d'offre ou de demande changent, le prix d'équilibre et les quantités échangées se modifieront.

**Défaillances du marché-obstacles au bon fonctionnement des marchés** : Le marché de concurrence et parfaite ou marché concurrentiel est censé être le mode de régulation le plus efficace. Il permet une allocation optimale des ressources. Cependant ce marché théorique dispose de caractéristiques peu ressemblantes à la réalité des marchés (atomicité, transparence, mobilité des facteurs, absences de barrières, homogénéité des produits).

Dans le monde réel, certains marchés peuvent s'en rapprocher et d'autres ressembler à des marchés de concurrence imparfaite (monopole et oligopole notamment).

Aussi, le marché concurrentiel connaît des défaillances (situations non optimales) :

\_ **Asymétrie d'information** : Empêche les agents économiques d'effectuer des choix optimaux

\_ **Externalités** : Conséquences économiques positives et négatives non valorisées par le marché

\_ **Barrières à l'entrée** : Empêche l'arrivée de nouveaux concurrents sur le marché

## LA CROIX DE MARSHALL

