

Chapitre 1 - Comment s'établissent les relations entre l'entreprise ?

Synthèse

Notions :

- Les agents économiques et leurs rôles
- Les échanges entre les agents économiques
- Le rôle du marché et son fonctionnement
- Les barrières à l'entrée
- L'asymétrie de l'information
- Les externalités positives et négatives
- Le rôle des banques et du marché financier

Table des matières

1.	Qu'est-ce qu'un agent économique ?	3
1.1.	Les agents économiques.....	3
1.2.	Les différentes fonctions des agents économiques.....	3
1.3.	La représentation du circuit économique	4
2.	Les différents marchés sur lesquels ont lieu les échanges économiques.....	5
3.	Le fonctionnement des marchés.....	6
3.1.	La concurrence et la formation des prix.....	6
3.2.	Les barrières à l'entrée et les asymétries d'information : des obstacles au bon fonctionnement des marchés	7
3.3.	La problématique des externalités.....	8

1. Qu'est-ce qu'un agent économique ?

1.1. Les agents économiques

Un **agent économique** est un individu ou groupe d'individus que l'on peut identifier par une fonction économique précise.

On peut dire qu'ils sont donc des acteurs économiques que l'on peut regrouper par secteur institutionnel résident (qui réside en France) :

- les ménages,
- les administrations publiques,
- les sociétés financières,
- les ISBLSM (institutions sans but lucratif au service des ménages),
- les entreprises,

Ou non-résident : **le reste du monde**.

1.2. Les différentes fonctions des agents économiques

- Les ménages

Pour l'INSEE (Institut national des statistiques et des études économiques), on appelle ménage des personnes qui vivent sous un même toit. Un célibataire qui vit seul constitue un ménage, de même que tous les moines d'un monastère ou encore une famille. Ils vivent ensemble et consomment les mêmes choses.

La fonction principale d'un ménage est donc de **consommer**.

- Les Entreprises

L'entreprise est une société non financière dont l'objet est de commercialiser des biens et services marchands pour répondre aux besoins des ménages.

En France les deux tiers des entreprises fonctionnent sans salariés et donc avec leur seul entrepreneur, on les considère donc comme des ménages. Ceux que l'on appelle très petite entreprise (TPE) correspondent aux entreprises qui comportent moins de 10 salariés, elles représentent 94% des entreprises.

- Les sociétés financières

Ce sont les banques appelées aussi établissements financiers.

Elles **financent l'économie** en accordant des crédits aux autres agents économiques, principalement aux entreprises non financières, aux ménages, mais aussi aux administrations publiques.

Mais les banques gèrent aussi l'épargne des ménages (comptes-courants, livrets d'épargne, assurance-vie) ainsi que leurs moyens de paiement (chèques, cartes bancaires, virements).

- Les administrations publiques

Elles se composent des :

- L'État (gouvernement) ;
- Administrations locales (régions = conseil régional, départements = conseil départemental, commune = maire), chacune à des responsabilités précises.
- Sécurité sociale

Les administrations publiques ont deux grandes fonctions qui sont de **produire des services non marchands** et de redistribuer des revenus. Les revenus des administrations publiques proviennent des taxes et des impôts (prélèvements obligatoires).

- ISBLSM (institutions sans but lucratif au service des ménages)

Ce sont principalement des associations. Leur fonction principale est de produire des services non marchands.

Exemple : les restaurants du cœur proposent des repas gratuits

- Le reste du monde

Le reste du monde concerne tous les agents économiques en dehors du territoire métropolitain (unités non résidentes). Sa fonction est **l'importation** quand le produit va de l'étranger vers la France et **l'exportation** quand le produit va de la France vers l'étranger

L'essentiel des relations entre les agents économiques est représenté dans un schéma qui montre les interdépendances entre ces agents : **le circuit économique**.

1.3. La représentation du circuit économique

- Les principes

Les agents économiques sont tous en relation les uns avec les autres. Par exemple, les ménages ont des relations avec d'autres agents économiques comme les entreprises, les banques, les administrations, eux-mêmes en relations réciproques.

Ces échanges sont matérialisés par des flux. Les flux représentent les mouvements de biens et services et les mouvements de monnaie entre les différents agents économiques.

Exemple :

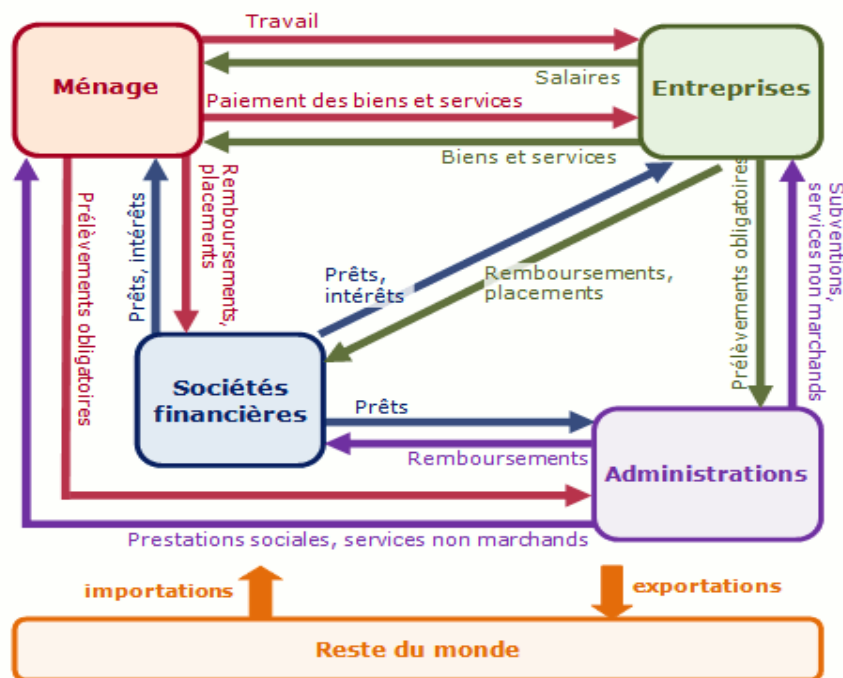
Les ménages fournissent aux entreprises des services et des biens productifs et ces dernières leur livrent des biens et services : ce sont les flux réels ou matériels :

Ménages ----- travail -----> entreprises

La contrepartie de ces flux réels est constituée par les flux monétaires ou financiers qui représentent les échanges d'argent, revenus et dépenses des ménages.

Ménages <----- salaire ----- entreprises

- Un exemple de circuit économique



Prêt(e) à passer à la pratique ?

Découvrez nos fiches d'exercices d'entraînement (41 à 44), fiches de révision complètes et corrigés pas-à-pas sur notre espace dédié : <https://www.comprendre-la-compta-gestion.com/shop-btscg>

2. Les différents marchés sur lesquels ont lieu les échanges économiques

Un **marché** est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande (d'un bien ou d'un service) dont le fonctionnement se caractérise par le degré plus ou moins élevé de concurrence.

Une entreprise réalise des échanges sur trois types de marchés : le marché des biens et services, le marché du travail et le marché des capitaux.

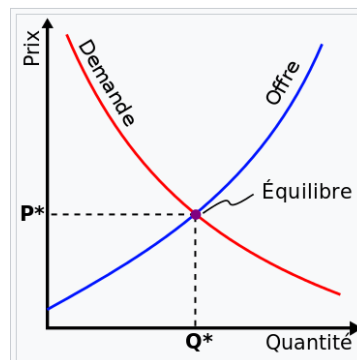
Les types de marchés	Types de biens échangés	Offre	Demande	Position de l'entreprise sur ces marchés
Marché des biens et services	Tous types de biens et/ou de services	Entreprises productrices de biens et/ou services	Ménages, entreprises, associations, État en tant qu'acheteurs de ces biens ou services produits	Demandeuse de biens et de services auprès de ses fournisseurs, des banques, de l'État + Productrice (donc offreuse) de biens et/ou de services qu'elle va vendre à ses clients

Marché du travail	Prestation de travail (physique ou intellectuelle)	Salariés potentiels	Entreprises (qui ont besoin de main-d'œuvre)	Demandeuse de travail
Marché des capitaux	Capitaux à long terme (pour financer les investissements)	Agents à capacité de financement (qui dégagent une épargne) ménages certaines entreprises banques	Agents à besoin de financement (dont l'épargne est insuffisante pour couvrir les besoins) entreprises États collectivités publiques banques, associations...	Demandeuse de capitaux lorsqu'elle recherche des fonds sur ce marché pour financer ses investissements + Offreuse de fonds lorsqu'elle réalise des placements sur ce marché (achats d'actions ou d'obligations émises par d'autres)

3. Le fonctionnement des marchés

3.1. La concurrence et la formation des prix

La loi de l'offre et de la demande montre que la hausse du prix d'une marchandise conduit à la baisse de sa demande et à l'augmentation de son offre, et réciproquement. Elle suppose des ajustements successifs des prix et des quantités pour aboutir à une situation d'équilibre dans laquelle, pour le prix d'équilibre, les quantités offertes et les quantités demandées s'égalisent.



La formation du prix d'écoule de la structure de marché qui se divisent en deux grands modèles théoriques : la concurrence pure et parfaite (modèle idéal et abstrait) et la concurrence imparfaite (la réalité des marchés)

- **La Concurrence Pure et Parfaite (CPP)**

C'est un modèle théorique idéal où le prix est fixé par le marché (les entreprises sont price takers / preneuses de prix). Pour exister, elle doit respecter 5 conditions strictes :

- **Atomicité** : une multitude d'acheteurs et de vendeurs de petite taille ; aucun ne peut influencer le prix à lui seul.
- **Homogénéité** : tous les produits sont rigoureusement identiques (le choix ne se fait que sur le prix).
- **Libre entrée et sortie** : aucun obstacle (pas de barrière à l'entrée) pour s'installer ou quitter le marché.
- **Transparence** : l'information est parfaite, gratuite et accessible à tous en temps réel.
- **Mobilité des facteurs** : le travail et le capital se déplacent instantanément là où ils sont le plus rentables.

- **La Concurrence Imparfaite**

Dès qu'au moins une des 5 conditions de la CPP n'est pas respectée, le marché devient imparfait. Les entreprises y disposent d'un pouvoir de marché et peuvent influencer les prix (price makers).

On y trouve trois grandes structures :

- **Le Monopole** : un seul vendeur face à une multitude d'acheteurs. Le monopoleur fixe librement son prix, souvent plus élevé qu'en CPP.
- **L'Oligopole** : quelques vendeurs face à une multitude d'acheteurs (ex. : la téléphonie mobile, l'automobile). Les décisions de chaque entreprise dépendent fortement de celles de ses concurrents (risque d'entente ou de guerre des prix).
- **La Concurrence Monopolistique** : beaucoup de vendeurs, mais chacun réussit à se créer un "petit monopole" en différenciant son produit par la marque, le design ou la qualité (ex. : le marché des smartphones ou des baskets).

Dans la réalité économique, **la CPP n'existe quasiment pas**. La concurrence imparfaite est la norme, et les entreprises cherchent constamment à s'éloigner de la CPP (par l'innovation ou les marques) pour fixer leurs propres prix et dégager plus de profits.

3.2. Les barrières à l'entrée et les asymétries d'information : des obstacles au bon fonctionnement des marchés

Les barrières à l'entrée sont des obstacles techniques (taille des équipements, nature du processus de production), réglementaires (normes légales) ou encore stratégiques, rencontrés par des entreprises qui cherchent à s'implanter sur un marché (c'est-à-dire à produire une certaine catégorie de produits)

Plus ces barrières sont élevées et plus il est difficile pour de nouvelles entreprises de se lancer dans l'activité concernée.

Pour contourner les barrières à l'entrée, une nouvelle entreprise peut actionner plusieurs leviers stratégiques majeurs :

- **L'innovation de rupture** : utiliser les nouvelles technologies pour proposer un modèle économique radicalement différent qui rend les barrières des acteurs historiques obsolètes (ex. : le streaming face aux cinémas).
- **La stratégie de niche (ou focalisation)** : cibler un segment de marché très spécifique, négligé par les grands groupes, afin d'y concentrer ses ressources sans les affronter directement.
- **La différenciation par le haut ou le bas** : proposer une offre unique (haut de gamme/sur-mesure) ou au contraire une offre low-cost (épuration du produit pour réduire les coûts) pour attirer une clientèle précise.
- **Les alliances stratégiques et partenariats** : s'associer avec des acteurs déjà implantés pour partager les coûts (R&D, distribution) ou obtenir une légitimité immédiate.
- **Le contournement réglementaire** : exploiter les vides juridiques ou s'implanter d'abord sur des marchés géographiques moins régulés pour grandir avant d'attaquer le marché principal.

Les asymétries d'information sur un marché correspondent à un déséquilibre dans l'accès à l'information pour les acteurs de ce marché : les uns sont mieux informés que les autres. Elles altèrent la transparence sur ce marché, le plus souvent en défaveur des consommateurs qui ont moins facilement accès à l'information sur la qualité des produits. *C'est pourquoi le législateur a instauré, pour les professionnels vendeurs, une obligation d'information et de conseil à l'égard des particuliers.*

Prêt(e) à passer à la pratique ?

Découvrez nos fiches d'exercices d'entraînement (41 à 44), fiches de révision complètes et corrigés pas-à-pas sur notre espace dédié : <https://www.comprendre-la-compta-gestion.com/shop-btscg>

3.3. La problématique des externalités

Les externalités sont des conséquences positives ou négatives que l'activité d'un acteur économique entraîne sur d'autres acteurs sans contrepartie monétaire.

Ces effets peuvent être négatifs et on parle là **d'externalités négatives**. Cela veut dire que la consommation de certains biens et services peut avoir des effets défavorables sur le reste de la population.

Exemple : un fumeur qui achète un paquet de cigarettes va polluer son entourage donc créer un dommage. Qui devra payer pour ces dommages ?

Il existe aussi **des externalités positives**. Cela veut dire que la consommation de certains biens et services peut avoir des effets favorables sur le reste de la population.

Exemple : l'école est un service à externalités positives : elle est censée augmenter la qualification de la main-d'œuvre donc cela favorise la productivité (source de toutes richesses) et donc enrichit la société.

Problématique :

En présence d'une externalité positive, l'agent qui en est à l'origine ne perçoit rien pour l'avoir produite et celui qui en bénéficie n'a rien à payer.

Lorsque l'externalité est négative, l'agent qui en est à l'origine ne doit pas dédommager celui qui en est

L'intervention de l'État s'avère indispensable pour corriger cette défaillance du marché de façon à internaliser les coûts et les avantages liés à ces phénomènes par la réglementation et la fiscalité.

L'État va alors corriger ces défaillances. Ainsi, pour certaines **externalités positives**, il va accorder des **subventions**, tandis qu'il va **taxer** (taxe carbone etc.), **réglementer** des activités (consommation de l'alcool au volant) qui génèrent des **externalités négatives**.

Prêt(e) à passer à la pratique ?

Découvrez nos fiches d'exercices d'entraînement (41 à 44), fiches de révision complètes et corrigés pas-à-pas sur notre espace dédié : <https://www.comprendre-la-compta-gestion.com/shop-btscg>