

COURS ECONOMIE

Mathématiques - Informatique
1ère année Licence

Assister au cours n'est pas obligatoire mais la présence est recommandée.

Ceci est une synthèse du cours

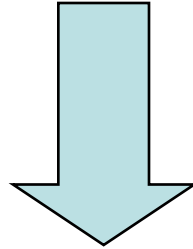
1. L'activité économique

- L'activité économique a pour objet de satisfaire les besoins des individus en produisant des biens et des services.

Le besoin est une sensation liée à un désir ou à un manque qui pousse l'individu à agir pour le satisfaire.

- Le **besoin** est lié à **l'utilité** que l'on a du **bien**.
- Plus le bien est **utile**, plus le besoin se fait ressentir.
- Il est **lié** à chaque individu, il **varie** d'un individu à l'autre, d'une catégorie sociale à l'autre.
- Il **évolue** avec le **temps**, les **ressources financières**, la **publicité**, le **niveau de développement économique**.

L'économie se développe



Nouveaux besoins créés par l'homme

On dit que les **besoins sont illimités.**

- **Les besoins primaires ou vitaux**

Exemple: besoin de se nourrir, se vêtir, se loger, se soigner.

Les besoins vitaux sont à peu près les mêmes dans toutes les sociétés.

- **Les besoins secondaires**

Exemple: utiliser les moyens de transport, s'instruire, consommer des loisirs, etc.

Appelés besoins de civilisation car ils sont liés à la civilisation et au développement d'un pays. Ces besoins varient d'une époque à l'autre et d'un pays à l'autre.

L'activité économique permet de produire, échanger et consommer des **biens** et **biens immatériels** ou **services**.

➤ **Les biens libres. Exemple: l'air**

➤ **Les biens économiques. Exemple: l'eau potable, le pain, le logement.**

Les biens peuvent se diviser en deux catégories :

- Les biens matériels
- Les biens immatériels ou services

Le terme service recouvre toute la sphère de l'activité économique ou de la production. Il a pour objectif la non fabrication d'un objet matériel, mais l'apport direct au consommateur d'une prestation utile.

Biens matériels

Biens à usage industriel :

- Biens d'équipement de base ou de production (exemple : machines, bâtiments, outils, etc.) qui constituent des investissements;
- Biens de consommation intermédiaire (exemple : matières premières, farine, etc.) qui disparaissent au cours d'un processus de fabrication.

Biens à usage domestique :

- Biens durables (exemple : cuisinière, voiture, etc.);
- Bien semi durables (exemple : habillement, etc.);
- Biens non durables (exemple : produits alimentaires, etc.)

Biens immatériels ou services

- Services marchands achetés sur un marché (exemple : coiffeur, agence de voyages, etc.)
- Services non marchands produits par les administrations (exemple : police, pompiers, etc.)
- Services mixtes (exemple : musées, piscines municipales)

L'une des principales caractéristiques d'un service est qu'on ne peut pas le stocker.

- **Les besoins économiques** sont **illimités** par contre les **biens et services** sont produits et commercialisés en **quantité limitée**. Ils constituent des **ressources rares** (exemple l'eau potable) ou sont **fabriqués** à partir de ressources rares (exemple pain à partir du blé, vêtement à partir du coton).
- La **rareté** des ressources impose à l'individu d'effectuer des **choix** dans l'utilisation de ces ressources.
- La **gestion** de ces **ressources rares** est le problème économique à **résoudre** par la société.

- 1) Quels biens produire ? En quelle quantité ? Comment les produire ?
- 2) Quand consommer ? Combien (en fonction du revenu) ?

Le but de ces choix est :

- **Producteur** : produire au moindre coût et le plus efficacement possible afin de réaliser le meilleur profit.
- **Consommateur** : satisfaire les besoins compte tenu de l'argent dont il dispose.

Les acteurs de la vie économique

Acteurs	Fonctions principales	Ressources
Entreprises	Produire de biens et services	Ventes des biens et services
Ménages	Consommation des biens et services	Salaires, intérêts, allocations sociales
Banques	Création de la monnaie, réalisation d'opérations financières	Intérêts reçus, cotisations
Etat	Produire des biens et services non marchands	Impôts, cotisations sociales

Les **activités** des agents économiques ne s'exercent pas de **manière isolée** mais, au contraire, **dépendent fortement** les uns des autres.

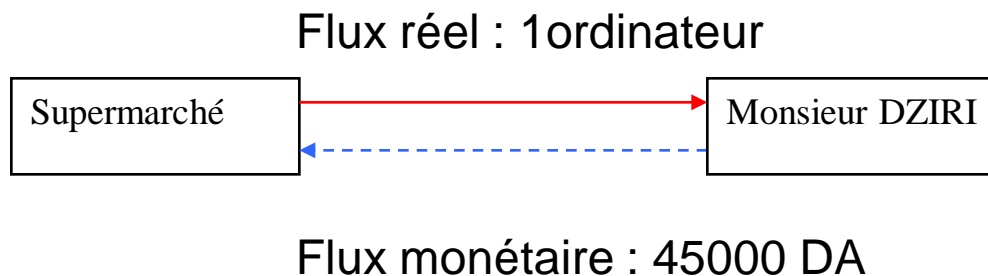
*Par exemple : L'implantation d'une entreprise peut concerner des milliers d'acteurs. Cette implantation permet aux **ménages** de trouver un **emploi**, offre de **nouveaux débouchés** aux **commerces locaux** et aux **entreprises fournisseurs**, dégagent de nouvelles **recettes fiscales** au profit de **l'Etat**.*

La qualité et le coût de la main d'œuvre, les politiques en matières d'impôts ou de transport menées par l'Etat sont des critères importants d'implantation pour une entreprise.

Les flux et le circuit économique

Les activités économiques donnent lieu à des échanges entre les acteurs économiques qui se traduisent par des **flux réels** (flux de biens, de travail) et de **flux monétaires**.

Exemple, l'achat de biens de consommation par les ménages donne lieu à :



Un flux peut être mesuré :

En volume c'est à dire en quantité : exemple 1 ordinateur

En valeur c'est à dire en unité monétaire : exemple 45000 DA

Le marché est le **point de passage** des **flux marchands**.
Il est le lieu des confrontations des **demandes** et des **offres**
d'un même bien ou service. Il s'y fixe les quantités et le
prix.

On distingue plusieurs types de marchés :

- Le marché des biens et services : On fixe les quantités des biens et services vendues et le niveau du prix ;
- Le marché du travail : On fixe le niveau de l'emploi et le salaire ;
- Le marché des capitaux : On établit le montant des fonds prêtés et le taux d'intérêt ;
- Le marché des changes : On fixe le cours (le prix) des différentes devises (monnaies étrangères) et les montants échangés.

Les mécanismes de l'économie de marché

Chaque marché s'identifie d'après l'objet de l'échange, ses acteurs, le prix fixé.

Marchés	Offreurs	Demandeurs	Prix
Biens et services	Entreprises	Ménages	Prix des biens et services
Travail	Candidats à l'embauche	Employeurs	Salaire
Capitaux	Prêteurs	Emprunteurs	Taux d'intérêts, cours des devises, cours des actions

L'économie de marché est une forme d'organisation économique dans laquelle les prix et les quantités produites dépendent essentiellement de la confrontation de l'offre et de la demande sur les différents marchés.

Les objectifs des acteurs du marché sont **contradictaires** :

- Les offreurs cherchent à vendre au **prix le plus haut** (en tenant compte de leurs coûts et des concurrents) ;
- Les demandeurs cherchent à acheter au **prix le plus bas** (en fonction de sa consommation et de son revenu).

Il existe différentes situations de marché :

Offreurs	Unique	Quelques	Nombreux
Demandeurs			
Unique	Monopole bilatéral	Monopole contrarié	Monopsone
Quelques	Monopole contrarié	Oligopole bilatéral	Oligopsone
Nombreux	Monopole	Oligopole	Concurrence

En concurrence parfaite

1. les caractéristiques du marché sont les suivantes :

- **Atomicité de l'offre et de la demande** : *les acheteurs et les vendeurs sont nombreux et de taille réduite et aucune décision individuelle ne peut agir sur les conditions du marché ;*
- **Fluidité et mobilité du marché** : *mobilité totale des produits et des facteurs de production sur le marché, libre entrée et sortie des entreprises sur un marché (sans barrières) ;*
- **Transparence du marché** : *chaque participant peut à tout moment connaître le prix et les quantités offertes et demandées d'un bien ou d'un service sur le marché et peut élaborer sa stratégie (information complète des consommateurs pour guider rationnellement leurs décisions d'achat) ;*
- **Homogénéité du produit** : *tous les biens et services sont identiques et peuvent être différenciés par les acheteurs.*

2. la formation des prix

2.1 La demande représente la somme des demandes individuelles des consommateurs.

- Plus le prix est faible, plus la demande est forte
- Plus la demande est forte, plus le prix aura tendance à s'élever.

2.2 L'offre est constituée des offres individuelles des vendeurs.

- Plus le prix annoncé sur le marché est élevé, plus les quantités offertes seront élevées
- Si l'offre sur le marché est importante, le prix aura tendance à baisser.

Le prix de l'équilibre** s'établit au point de rencontre entre **l'offre** et la **demande

La concurrence est donc souhaitable :

- Pour les **consommateurs** qui bénéficient de prix tendant à la baisse
- Pour **l'économie** car les entreprises doivent réduire leurs coûts de production

Ce modèle de concurrence pure et parfaite n'existe pratiquement qu'en théorie. On le considère comme référence, vers lequel il convient d'aller, pour permettre le bon fonctionnement du marché de concurrence.

En marché réel. Concurrence imparfaite.

1. Les caractéristiques sont les suivantes:

- **Atomicité de l'offre et de la demande.** C'est l'une des conditions rarement réunie.

- **En situation de monopole,** l'entreprise n'a pas de concurrent et elle peut fixer ses prix comme elle l'entend. L'entreprise fixe son prix au niveau où elle maximise son profit au lieu que le prix soit imposé par le marché.

- **En situation d'oligopole,** la production est le fait d'un petit nombre de grandes entreprises face à un grand nombre d'acheteurs. Ces entreprises peuvent adopter plusieurs comportements :
 - **Oligopole de paix (entente).** Les entreprises s'entendent de manière tacite sur un partage du marché, une politique de prix, une politique de qualité.
 - **Oligopole de guerre.** L'affrontement par les prix est la règle jusqu'à l'élimination de la concurrence et l'émergence d'une situation de monopole.

- **Fluidité.** Condition qui permet à de nouveaux producteurs d'apparaître, dès lors que la rentabilité d'une production donnée se révèle intéressante ou insuffisamment rentable pour se reconvertir dans d'autres activités.

Cependant il existe des obstacles tel que :

- **Pour être compétitive**, l'entreprise nouvelle sur le marché doit parvenir à **produire** et à **vendre** d'emblée **au moins autant** que ses **concurrents** déjà installés ou accepter **de vendre à perte** jusqu'à ce qu'elle parvienne à produire autant que les autres.
- **Pour produire il faut investir.** Or les entreprises ne disposent pas toutes de moyens financiers indispensables pour rivaliser avec leurs concurrentes déjà en place.
- **Mettre en place un circuit propre de distribution** nécessite également de gros investissements
- **Obstacles** d'ordre administratif, réglementaire, technique, environnemental, culture d'un pays.

- **Mobilité des facteurs de production.** La **mobilité du capital technique** est rendue difficile par les **coûts de transfert**. On assiste à beaucoup de **délocalisations** d'entreprises qui s'installent ailleurs afin de bénéficier de conditions de production plus avantageuses. D'autre part, la **mobilité du facteur humain** est fortement limitée par des **contraintes sociales, culturelles et linguistiques**.
- **Transparence.** Condition essentielle qui donne accès à toutes les informations du marché (produit, prix, concurrents, etc.), informations gratuites et disponibles à tous, de manière à permettre, aussi bien aux consommateurs qu'aux vendeurs, de prendre les bonnes décisions en toutes connaissances de cause.
- **Homogénéité des produits.** Donnée rare pour les consommateurs, car les entreprises proposent des produits différents ou similaires en tout cas bien différents dans l'esprit du consommateur. Les entreprises adoptent une stratégie de différenciation qui permet à une entreprise se trouvant dans la même branche d'activité que ses concurrentes, de proposer des produits différenciés par la qualité, le service après vente, l'innovation.

2. Les éléments qui déterminent le prix

Coût d'achat = prix d'achat net + frais d'achat (frais de transport, d'emballage, de manutention et d'assurance à charge de l'acheteur).

Coût de production = Coût d'achat + frais de production (frais de main d'œuvre, amortissement des machines, frais indirects de production (électricité, chauffage, frais administratif...))

Coût de revient = Coût de production + frais de distribution (salaires et commissions des vendeurs et des représentants, pubs, manutention, emballages, transport à la charge du vendeur, frais indirects de distribution)

Prix psychologique : prix maximum que les consommateurs sont prêts à payer pour un produit donné

Elasticité de la demande par rapport au prix $(\Delta D/D) / (\Delta P/P)$.

Si $E = 0$ la demande ne varie pas quand le prix varie.

Si $E = 0$ à court terme peut s'avérer non nulle à long terme. L'augmentation des prix peut pousser à la recherche de nouveaux produits de substitution.

Si $E \rightarrow \infty$ un petit changement de prix entraîne un grand changement de demande.

Si $E > 0$, la demande augmente avec le prix. Il y a deux types : **Bien GIFFEN** et **Bien VEBLEN**

Le rôle de l'Etat : Fixation des prix et blocage des prix

La concurrence :

- **Stratégie d'écrémage du marché** : l'entreprise fixe un prix de vente élevé
- **Stratégie de pénétration du marché** : l'entreprise fixe un prix de vente bas
- **Stratégie d'alignement sur la concurrence** : le prix de l'entreprise est conforme au prix du marché.

L'ENTREPRISE

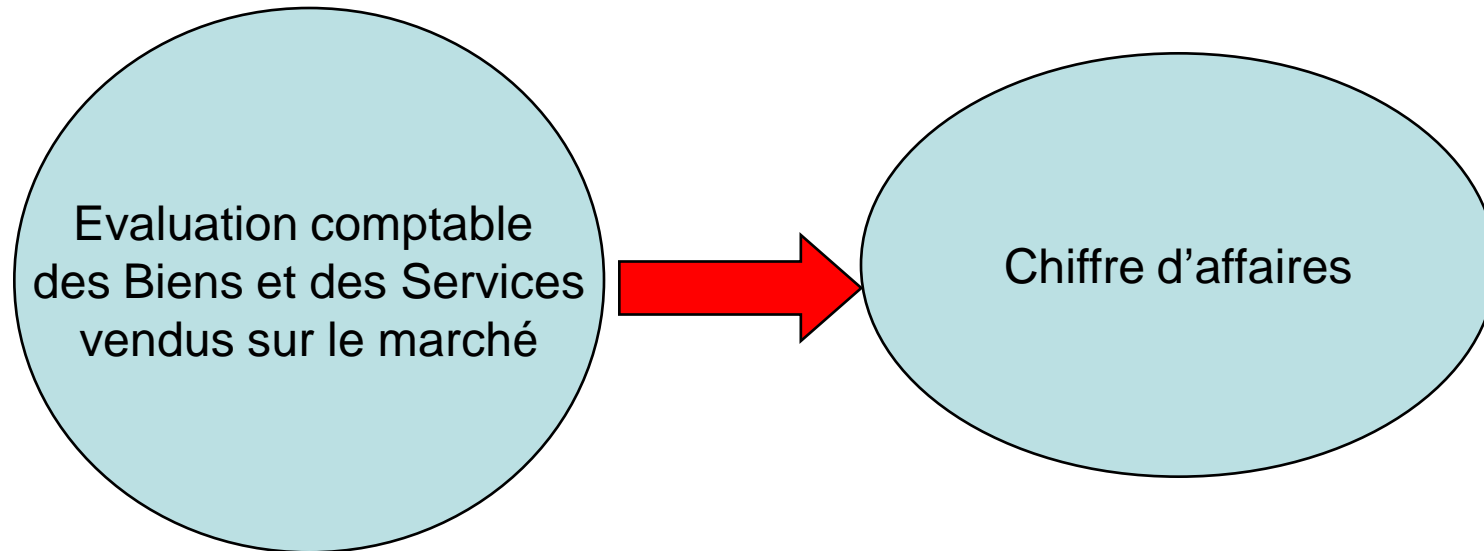
Rôles de l'entreprise

1. Rôle économique

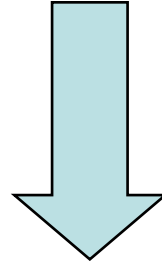
2. Rôle social

1. Rôle économique

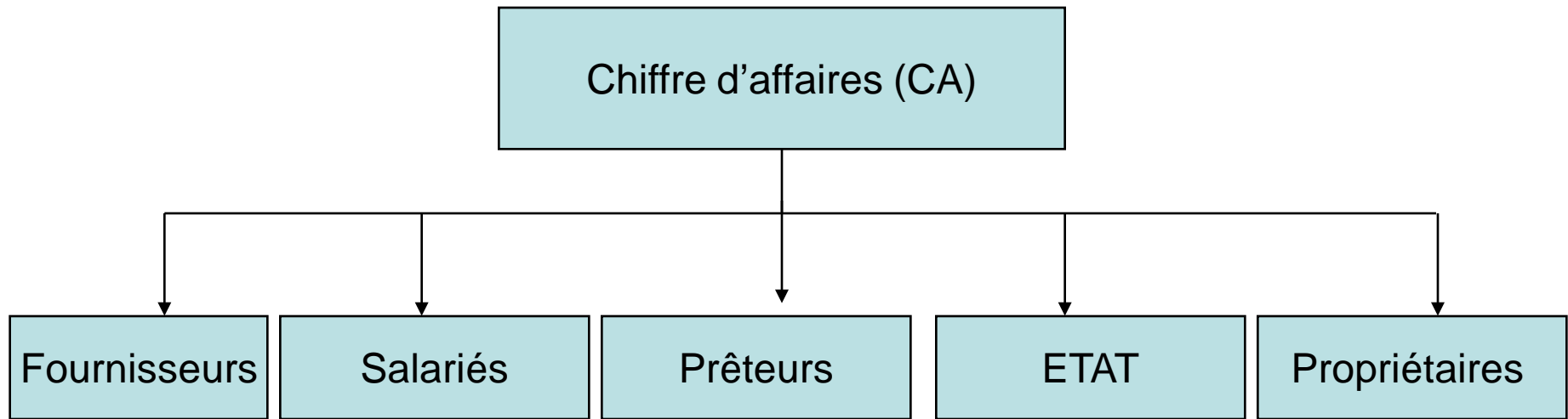
L'entreprise crée des biens et des richesses:



Chiffre d'affaires (CA)

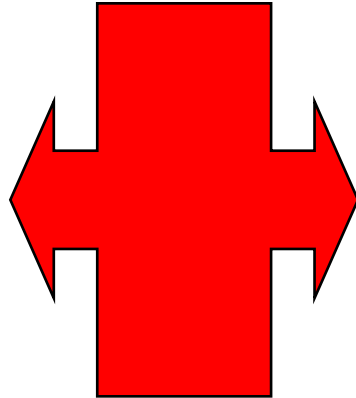


Produit des ventes de l'entreprise



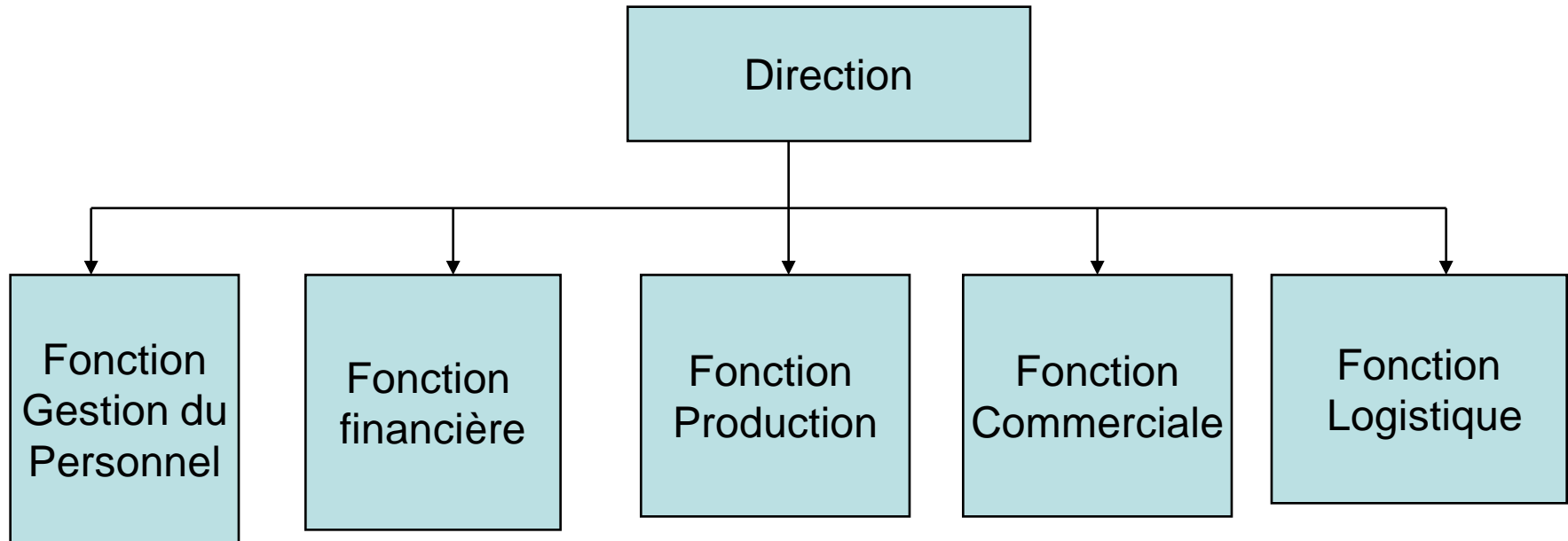
Réalisation de la production

Facteur travail



Facteur capital

Structure d'une entreprise



2. Rôle social

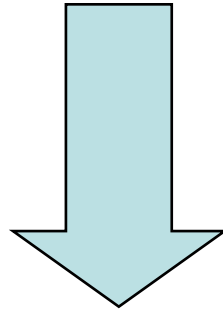
L'entreprise est une entité sociale constituée de salariés qui travaillent et communiquent ensemble.

Le rôle social de l'entreprise consiste à répondre aux attentes sociales des travailleurs sans compromettre les intérêts de l'entreprise.

Attentes sociales des travailleurs:

- Formation des salariés,
- Instauration de structure de dialogue avec la hiérarchie,
- Politique de rémunération motivante,
- Réduction des conflits sociaux par la négociation,
- Participation des salariés à la vie de leur entreprise,
- Amélioration des déroulements de carrière
- Préservation de l'emploi,
- Création d'emploi

L'environnement de l'entreprise

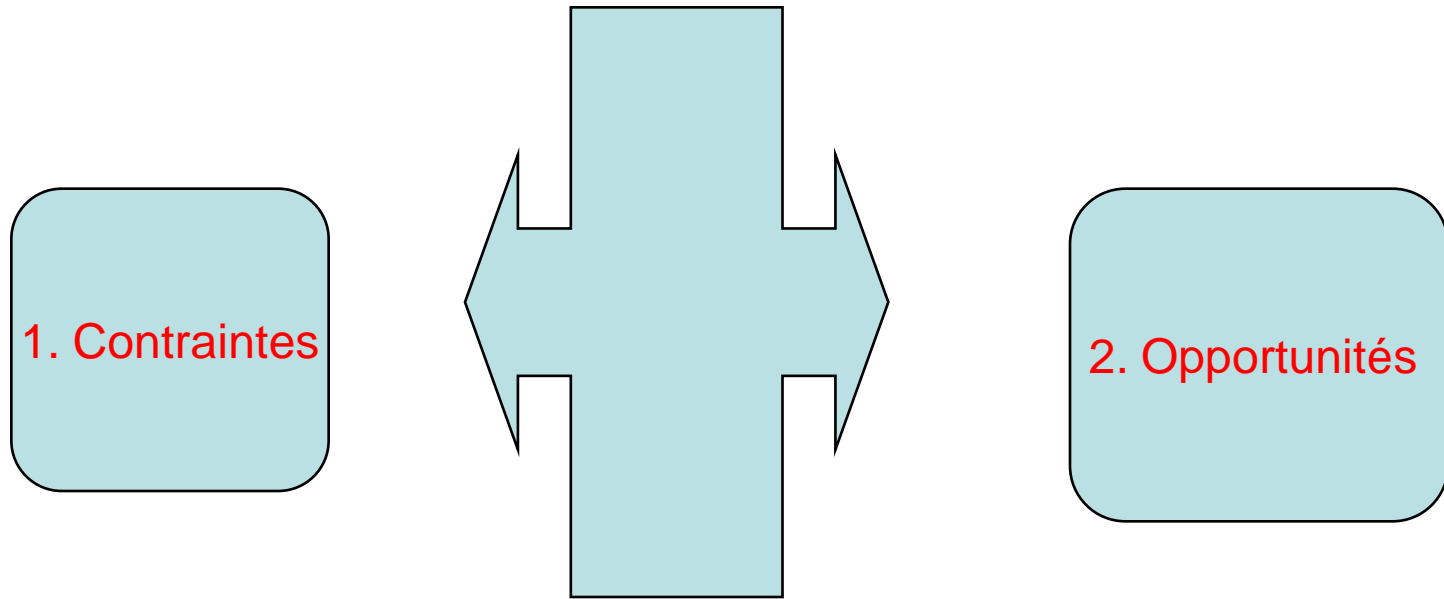


Ensemble des agents économiques

Les composantes de l'environnement de l'entreprise:

- Environnement économique
- Environnement culturel
- Environnement écologique
- Environnement démographique
- Environnement social
- Environnement réglementaire et juridique
- Environnement international

Interactions avec l'environnement



1. CONTRAINTES:

- L'entreprise doit s'adapter aux contraintes de son environnement,
- L'environnement agit sur l'offre de l'entreprise et sur la demande qui lui est adressée,
- L'environnement intervient sur sa position par rapport à la concurrence

1.1 Contraintes sur l'offre:

- Distribution des produits (réglementation des prix, etc.),
- Utilisation des facteurs de production (réglementation de la durée de travail, etc.)

1.2 Contraintes sur la demande:

- Diminution du pouvoir d'achat des consommateurs, saturation du marché;
- Changement de la nature de la demande (évolution des habitudes et des goûts des consommateurs)

1.3. Contraintes sur la concurrence:

- Réglementation de la concentration des entreprises;
- Structure des marchés sur lesquels les entreprises se positionnent

2. OPPORTUNITES

L'environnement offre des opportunités aux entreprises qui savent les saisir:

- De croissance ou de reconversion
- Ouvre des marchés nouveaux
- Freine l'arrivée de nouveaux concurrents étrangers

Exemple:

Environnement juridique: nouvelle réglementation

Environnement économique: mesures fiscales

Environnement écologique: nouvelles industries

L'**environnement** est important pour l'entreprise car il affecte **directement** ou **indirectement** son activité.

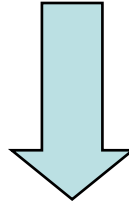
L'entreprise peut surveiller son environnement par:

- La presse,
- La propriété industrielle (INAPI),
- Produits des concurrents,
- Bases de données: clients, statistiques commerciales.

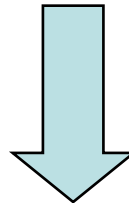
Cela lui permettra de :

- **Déceler les changements** au niveau de l'environnement,
- **Repérer les innovations technologiques** et les **changements** dans la réglementation,
- Etre capable **d'anticiper l'évolution**

OBJECTIF



**S'ADAPTER ET/OU ANTICIPER LES
CHANGEMENTS**



OUTIL

INTELLIGENCE ECONOMIQUE