

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

L'entreprise est un **acteur économique** qui occupe une position centrale dans une **économie de marché**. Elle est insérée dans un environnement économique avec lequel elle est en interaction constante.

Afin de comprendre comment s'établissent les relations de l'entreprise avec son environnement économique, il convient tout d'abord d'étudier les réseaux d'échanges qui existent entre elle et les autres acteurs (I). Il s'agira ensuite d'identifier les différentes **catégories de marchés** sur lesquels intervient l'entreprise et de caractériser les types de relations qu'elle y entretient avec les autres entreprises (II). C'est enfin au fonctionnement des marchés que nous nous intéresserons (III).

## 1. QUEL PANORAMA PEUT-ON DRESSER DES RELATIONS DE L'ENTREPRISE AVEC SON ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ?

### A. Des relations nouées avec différentes catégories d'acteurs économiques

Toute entreprise est insérée dans un environnement complexe et évolutif, constitué de différentes catégories d'acteurs économiques : **entreprises, ménages, associations, banques, État. Le reste du Monde** est la dénomination de l'ensemble des acteurs non-résidents (« étrangers ») avec lesquels une entreprise peut être en relation du fait de son activité internationale : **clients et fournisseurs étrangers, associations, banques et États étrangers.**

Chacun de ces acteurs, doté de **ressources** et confronté à des **dépenses** spécifiques, exerce un rôle économique qu'il est possible d'appréhender à partir de sa fonction principale ainsi que le synthétise le tableau page suivante :

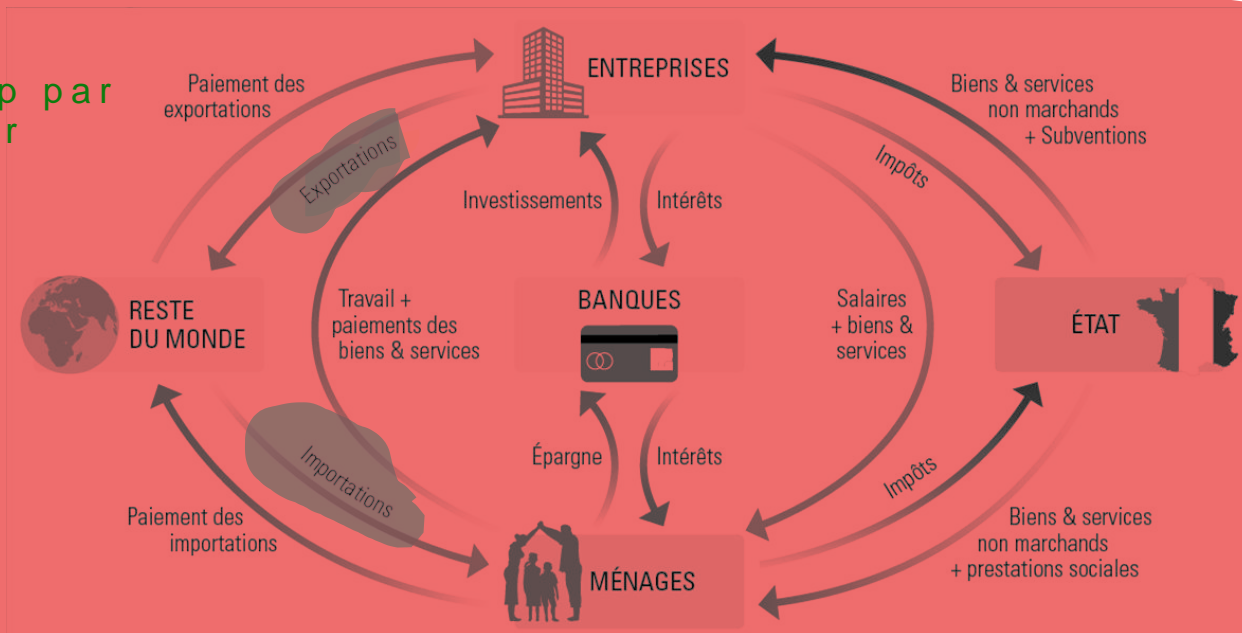
Agent économique	Exemples	Rôle économique principal	Ressources	Dépenses
<b>Entreprise</b> <b>Sociétés non financières (SNF)</b>	Entreprises <b>privées</b> aux formes juridiques variées	Produire des biens ou des services <b>marchands</b>	<b>Recettes des ventes</b>	Charges courantes et investissements
<b>Ménage</b>	<b>Particuliers</b> , consommateurs et clients des entreprises et des banques, usagers du service public	<b>Consommer et épargner</b>	Revenus du travail et du capital	<b>Charges d'exploitation et investissement</b>
<b>Administration</b> <b>Administrations publiques (APU)</b>	<b>État</b> <b>Collectivités locales</b>	Produire des <b>biens ou des services collectifs non marchands</b>	<b>Impôts et taxes</b>	<b>Dépenses publiques de fonctionnement et d'infrastructures</b>
<b>Association</b> <b>Institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM)</b>	Associations aux objets divers	<b>Produire des biens et services non marchands</b>	<b>Cotisations des adhérents, subventions</b>	<b>Dépenses de fonctionnement et d'infrastructures</b>
<b>Banque</b> <b>Sociétés financières (SF)</b>	Établissements bancaires ou de crédit en ligne ou disposant d'un réseau d'agences	Élaborer des <b>produits et services financiers marchands</b>	<b>Rémunération des prestations, intérêts perçus</b>	Charges d'exploitation (notamment intérêts versés et dépenses d'infrastructures)
<b>Reste du monde</b>	Entreprises clientes à l'étranger Fournisseurs étrangers d'entreprises nationales Ménages (touristes)			

## B. Les relations nouées donnent lieu à des échanges et des flux multiples (**circuit économique**)

L'entreprise, dans le cadre de son activité de production de biens et/ou de services, entretient avec les différentes catégories d'acteurs des relations d'échanges (relations quotidiennes ou moins fréquentes) qui donnent lieu à des **flux réels** (achats/ventes de biens ou de services, prestation de travail des salariés) et à des **flux monétaires** (règlements en faveur des fournisseurs, règlements reçus des clients, prêts de la banque, versement d'intérêts, versements des salaires, paiement des impôts et taxes...).

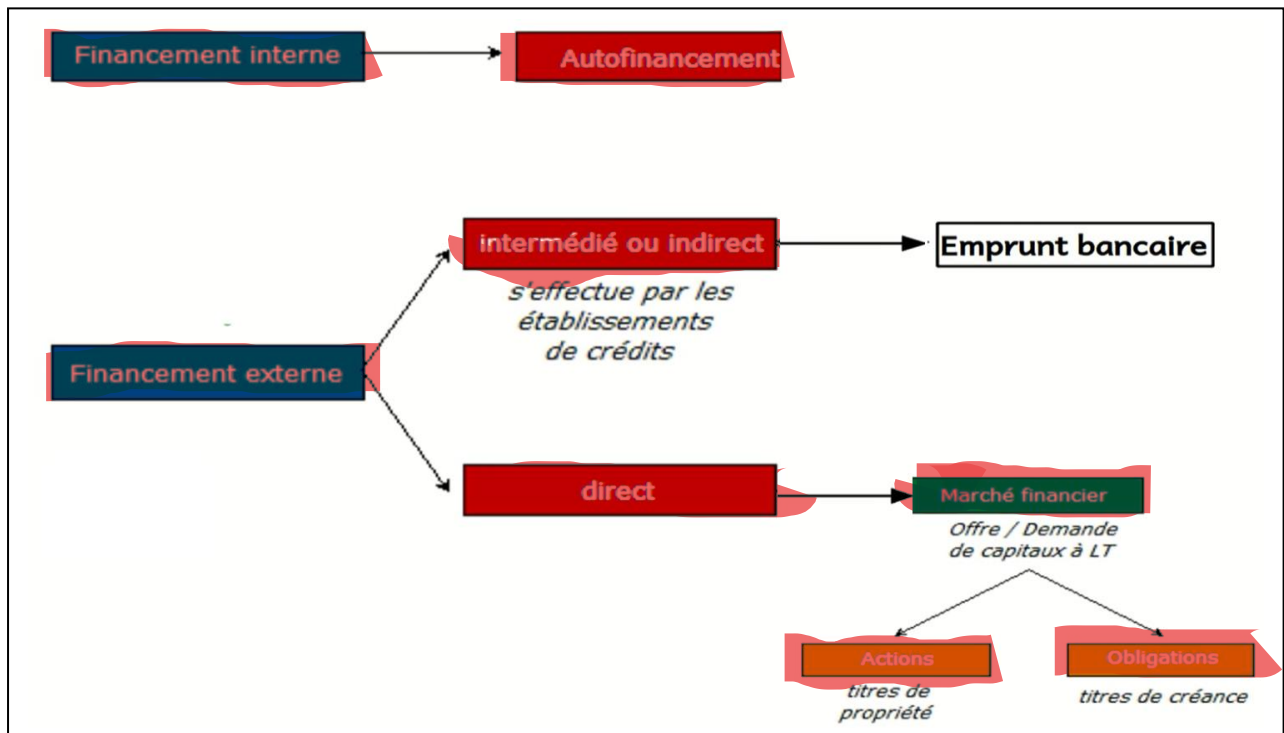
L'ensemble de ces flux peut être synthétisé par le **circuit économique**, représentation schématique qui permet de visualiser de manière simplifiée **la multiplicité des échanges économiques** entre les différentes catégories d'acteurs.

à app  
par  
cœur



Parmi les relations identifiées, la plupart sont des relations marchandes qui donnent lieu à des échanges sur des marchés.

## 2. Le financement des entreprises :



Deux grandes modalités de **financement externe** sont à distinguer [...]. Dans le premier cas, on parle de **financement indirect** ou **intermédié** et dans le second de **financement direct**. De manière générale, lorsque le financement est indirect ou intermédié, un intermédiaire financier s'interpose entre les agents à capacité de financement, auprès desquels ils collectent des fonds, et les agents à besoin de financement, auxquels ils apportent leur concours financier. Le **crédit bancaire** constitue la forme la plus emblématique du financement intermédié. Cependant, les banques peuvent aussi apporter leurs concours financiers en achetant les titres que ces derniers émettent. D'autres intermédiaires financiers (assurances, OPC, etc.) participent aussi au financement. [...] Par financement direct, on entend en effet le plus souvent le cas où des agents à besoin de financement émettent des titres (actions, obligations...) souscrits « directement » sur le

marché par les agents à capacité de financement et l'on parle à cet égard de financement de marché. [...]

Source : Jézabel Couppey-Soubeyran, *Monnaie, banques, finance*, Quadrige, PUF, 2015.

### 3. QUELS SONT LES MARCHÉS SUR LESQUELS ONT LIEU LES DIFFÉRENTS 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.

#### A. Les trois catégories de marchés sur lesquels l'entreprise réalise des échanges

Les types de marchés	Types de biens échangés	Offre	Demande	Position de l'entreprise sur ces marchés
<b>Marché des biens et services</b>	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 de biens et/ou de services qu'elle va vendre à ses clients
<b>Marché du travail</b>	Prestation de travail (physique ou intellectuelle)	Salariés potentiels	Entreprises (qui ont besoin de main-d'œuvre)	Demandeuse de travail
<b>Marché financier</b>	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 (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)

## B. Les types de relations qu'une entreprise entretient avec les autres entreprises sur les marchés

Des relations de complémentarité	Des relations de concurrence
Avec les entreprises partenaires (fournisseurs et entreprises clientes), une entreprise noue des relations de complémentarité, sur des <b>marchés amont</b> (sur lesquels elle est en position de demande) et sur des <b>marchés aval</b> (en position d'offre).	Avec les entreprises concurrentes (celles qui satisfont le même besoin et proposent des produits équivalents au sien), l'entreprise est en <b>compétition ou en concurrence</b> à la fois par le prix et par la qualité (par exemple par le degré d'innovation de ses produits).

## 3. COMMENT FONCTIONNENT LES MARCHÉS ?

### A. La loi de l'offre et de la demande : la recherche de l'équilibre

**La loi de l'offre et de la demande** est une loi économique qui prévoit 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.

### B. Les principes ou les Conditions de la concurrence pure et parfaite :

**Le modèle de concurrence pure et parfaite** est fondé sur **cinq conditions fondamentales** : l'atomicité du marché, l'homogénéité du produit, une entrée libre sur le marché, la parfaite transparence du marché et des informations, et la libre circulation des facteurs de production.

- 1- **L'atomicité du marché** signifie qu'il existe un **grand nombre d'agents économiques**, tant du côté de l'offre que du côté de la demande, et qu'aucun d'entre eux ne dispose sur le marché d'une dimension ou d'une puissance suffisante pour exercer une action quelconque sur la production et sur le prix considéré.
- 2- **L'homogénéité du produit** suppose que toutes les entreprises livrent des produits et services que les acheteurs jugent **identiques ou homogènes** ; ils n'ont pas de raisons de préférer le produit d'une firme au produit d'une autre firme. Le **choix de l'acheteur n'est ainsi guidé que par le prix**.
- 3- **La libre entrée sur le marché** signifie que quiconque veut s'adonner à une certaine production peut le faire sans restriction ni délai, pénétrer sur le marché et ainsi **concurrencer** ceux qui s'y trouvent déjà. Les firmes qui composent l'industrie ne peuvent s'opposer à l'arrivée de concurrents. Ainsi, Les barrières à l'entrée sont des obstacles techniques (taille des équipements, nature du processus de production) ou réglementaires (normes légales) 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.
- 4- **La parfaite transparence du marché ou information parfaite** suppose que les offreurs et les demandeurs soient parfaitement informés des caractéristiques des produits et des prix auxquels ils sont proposés. La **parfaite connaissance de tous les facteurs significatifs du marché** empêche ainsi que certains profitent d'une information particulière pour manipuler le marché. **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.*

- 5- **La libre circulation des facteurs de production** signifie que le capital et le travail doivent pouvoir se déplacer librement à la recherche de la meilleure opportunité de rémunération. Cela suppose donc la **libre circulation des capitaux** dans le monde ainsi que l'ouverture des frontières aux **flux migratoires**.

**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.*

### C. Les externalités : des effets indirects induits par l'activité productive des entreprises

**Les externalités** sont des effets indirects (non recherchés et non comptabilisés) qui résultent de l'activité des entreprises et ne sont pas pris en compte par le marché (dans le prix de vente des produits par exemple).

Les économistes distinguent les **externalités négatives** (ex. : pollution, atteintes à l'environnement...) et les **externalités positives** (ex. : amélioration de la qualification des salariés grâce à l'expérience acquise, amélioration de la sécurité...)

En conclusion, nous pouvons dire qu'une entreprise, quelle que soit sa taille, sa structure juridique et la nature de son environnement, noue avec les acteurs de son environnement, des relations complexes et de natures différentes : **relations marchandes** et **non marchandes**, **relations de concurrence** et **de coopération**. Celles-ci sont stabilisées par le droit des contrats.

Beaucoup de relations économiques s'établissent sur des marchés (**marchés de biens** et de **services**, **marché du travail**, **marchés financiers**). Il arrive que l'accès aux marchés soit entravé par des barrières à l'entrée et que le fonctionnement des marchés se caractérise par des **asymétries d'information**, source de déséquilibre entre les acteurs. C'est pourquoi le droit exerce une vigilance tant au niveau de la rédaction des **clauses contractuelles** que de l'**exécution des contrats**. Par ailleurs, certains effets induits par l'activité des entreprises ne sont pas comptabilisés : ce sont les **externalités**. Dans le cadre de ses relations avec les acteurs économiques (parties prenantes), l'entreprise poursuit des finalités diverses et, dans une perspective de pérennité, doit sans cesse se préoccuper de sa performance.

