Th5 : Les marchés des biens et services sont-ils concurrentiels ?

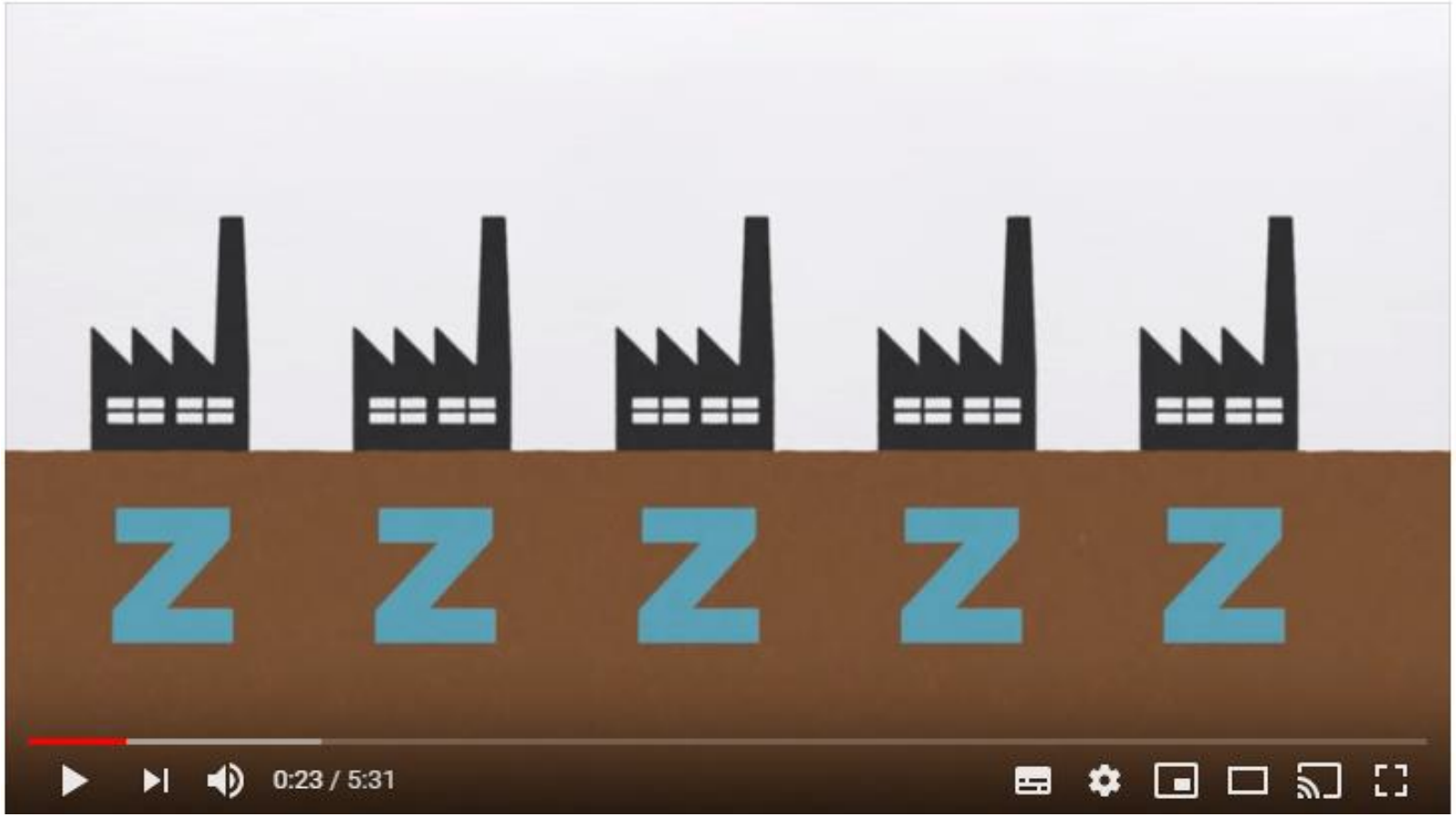
Ch9- Le degré de la concurrence selon les marchés

Notions abordées :

- L'offre et la demande.
- Le prix d'équilibre.
- L'élasticité prix-demande .L'élasticité croisée.
- Les produits substituables, produits complémentaires.
- Le coût marginal.
- La concurrence, oligopole, monopole, cartel.
- La concurrence imparfaite.
- Les barrières à l'entrée.
- L'indice de concentration sur un marché.

I - Comment se forme en théorie le prix d'équilibre sur un marché ?

La concurrence / Cité de l'économie



A. Définition d'un marché pertinent

Le marché désigne **le lieu** plus ou moins concret, plus ou moins matérialisé **où se rencontrent les offres et les demandes** des différents biens et services proposés par une économie donnée.

Le marché permet de déterminer le prix d'équilibre auquel offreurs et demandeurs sont prêts à échanger, ainsi que les quantités qu'ils sont prêts à échanger.

La notion de marché

La notion de marché

B. La loi de l'offre et la demande

L'offre : ensemble des biens et services proposés à la vente en échange d'un prix déterminé.

L'offre est en général **une fonction croissante du prix proposé (élasticité)** . En effet, plus le prix de vente augmente, plus il y aura de producteurs incités à produire le bien en grande quantité.

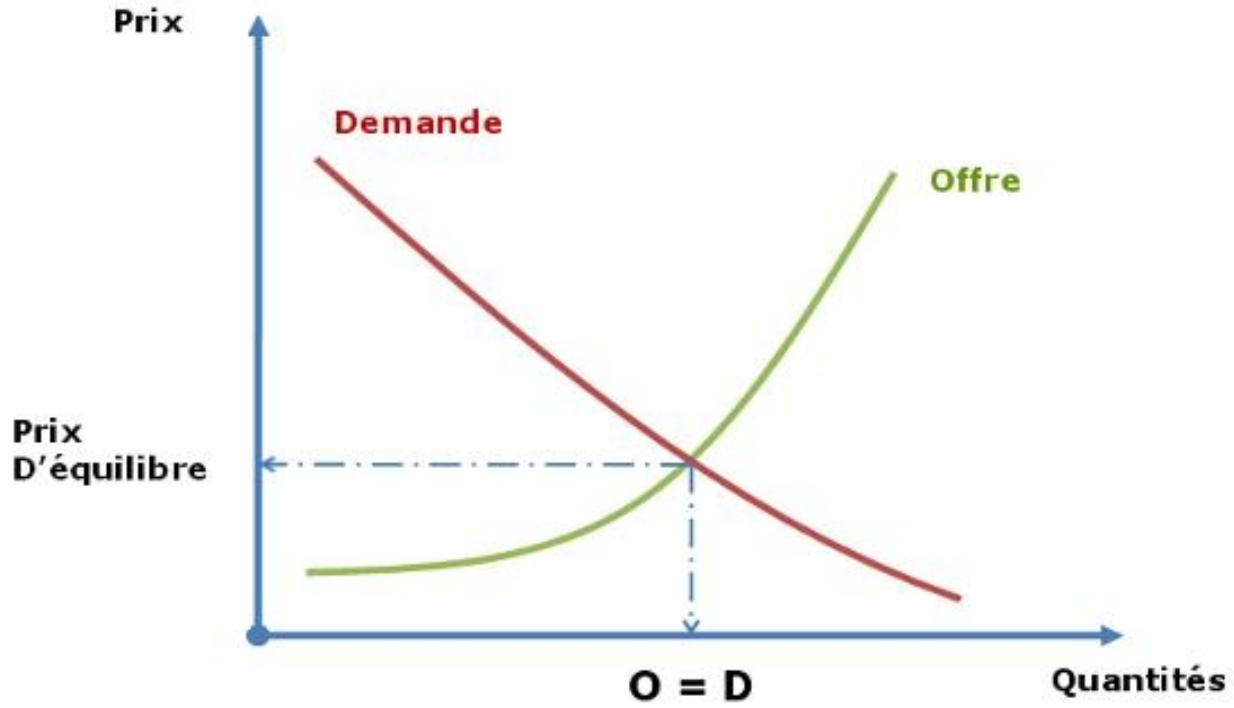
La demande : ensemble des biens et services que sont prêts à acheter les agents pour un prix donné.

La demande est considérée comme étant **une fonction décroissante du prix** proposé dans la mesure où un prix qui s'élève décourage un nombre croissant d'acheteurs potentiels.

C. Le prix d'équilibre sur le marché

L'ensemble des **offreurs et demandeurs se rencontrent** alors **sur le marché** jusqu'à ce qu'ils se mettent d'accord sur les termes de l'échange : c'est ce que l'on appelle :

la loi de l'offre et de la demande qui détermine le prix d'équilibre.



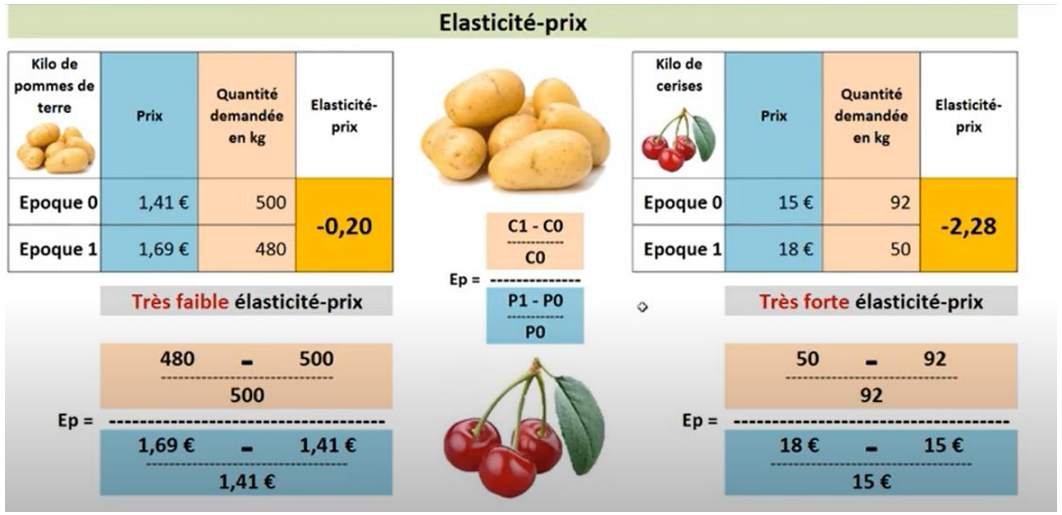
II - Quels sont les facteurs qui influencent l'offre et la demande ?

A. Les variables principales

La demande des consommateurs dépend essentiellement du prix (le prix d'achat) .
L'offre des producteurs (ou des vendeurs) dépend principalement du prix de vente.
L'offre dépend essentiellement des coûts de production (notamment les coûts des facteurs de production) et du progrès technique.

A. Le calcul de l'élasticité-prix et de l'élasticité croisée

$$E\ (\text{élasticité}) = \frac{\text{Variation de la demande en \% } (\Delta)}{\text{Variation du prix en \% } (\Delta)} = \frac{\Delta d/d}{\Delta p/p}$$



2 – LES MÉTHODES DE FIXATION DES PRIX

La fixation des prix nécessite la prise en compte de plusieurs éléments complémentaires.

A- LA PRISE EN COMPTE DE LA DEMANDE

La **sensibilité-prix** (ou **coefficient d'élasticité**) permet de mesurer l'impact d'une modification du prix sur le volume des ventes.

Logiquement, lorsque le prix baisse, la demande augmente.
L'élasticité permet de déterminer **dans quelle proportion** s'effectue cette relation.

•Le coefficient d'élasticité **E** se calcule et s'analyse de la manière suivante :

$$E = \frac{\dfrac{(\text{Demande n}) - (\text{Demande n-1})}{(\text{Demande n-1})}}{\dfrac{(\text{Prix n}) - (\text{Prix n-1})}{(\text{Prix n-1})}}$$

E= **sensibilité-prix** (ou **coefficient d'élasticité**) qui permet de mesurer l'impact d'une modification du prix sur le volume des ventes.

Si E >0 :

Alors le prix et la demande varient dans le même sens

si E <0 : alors le prix et la demande varient en sens inverse.

Si E = 0, l'élasticité est nulle.
Alors une variation du prix n'a aucun impact sur la demande.

Si –1 < E < 1

Alors l'élasticité est faible ; la demande est peu sensible au prix.

Si E>1, ou E<–1,

Alors la demande est élastique et est sensible aux variations du prix. Dans ce cas, l'entreprise a tout intérêt à jouer sur les prix afin de stimuler la demande.

•

Exercice : Calculez E ?

	1 Litre d'huile		1 CD		1 Parfum	
Périodes	n-1	n	n-1	n	n-1	n
Prix de vente unitaire en €	0.99 €	1.15 €	12.20 €	15.25 €	2.75 €	6.79 €
Quantités Vendues	800	750	300	50	100	350

- Quel impact aura une baisse de prix sur les ventes, d'huile ? De CD ? De parfum ?

Exercice : Calculez E ?

	1 Litre d'huile		1 CD		1 Parfum	
Périodes	n-1	n	n-1	n	n-1	n
Prix de vente unitaire en €	0.99 €	1.15 €	12.20 €	15.25 €	2.75 €	6.79 €
Quantités Vendues	800	750	300	50	100	350
Elasticité $\frac{\frac{\text{Quantité n – Quantité n-1}}{\text{Quantité n-1}}}{\frac{\text{Prix n – Prix n-1}}{\text{Prix n-1}}}$	$\frac{750 - 800 / 800}{1.15 - 0.99 / 0.99}$ = - 0.0625 / 0.1616 = - 0.3867		$\frac{50 - 300 / 300}{15.25 - 12.20}$ = - 0.8333 / 0.26 = - 3.3332		$\frac{350 - 100 / 100}{6.79 - 2.75}$ = 2.5 / 1.469 = 1.7018	

- Quel impact aura une baisse de prix sur les ventes, d'huile ? De CD ? De parfum ?

↗ ↗ ↘ **DES VENTES**

III - Comment la structure des coûts et le degré de concentration sur un marché influencent-ils la fixation des prix ?

A. En situation de concurrence parfaite

B. En situation de concurrence imparfaite

Th5 : Les marchés des biens et services sont-ils concurrentiels ?

Ch10- Les stratégies pour dépasser l'intensité concurrentielle

Notions abordées :

- L'innovation, la différenciation des produits.
- Le monopole, l'oligopole.

I - Quels sont les moyens au service des entreprises pour dépasser l'intensité de la concurrence sur un marché ?

FIN

Quizz :

1. Le marché désigne le lieu plus ou moins concret, de rencontre entre les offreurs et les demandeurs :

☒ Vrai ☐ Faux

2. L'intensité concurrentielle est identique sur tous les marchés. ☐ Vrai ☒ Faux

3. Le marché est régi par la loi :

-Du plus fort

X -De l'offre et de la demande

4. Le marché permet de déterminer le prix auquel offreurs et demandeurs sont prêts à échanger.

☒ Vrai ☐ Faux

Quizz :

5. Les demandeurs sont des consommateurs:

X Vrai ☐ Faux

6. L'offre correspond à une quantité de biens ou services gratuits. ☐ Vrai X Faux

7. La confrontation entre offre et demande fixe :

A. le prix psychologique

B. le juste prix

X C. le prix d'équilibre

8. L'élasticité prix permet d'établir le lien entre les variations du prix d'un produit et les quantités vendues de ce même produit . X Vrai ☐ Faux

Quizz :

9. L'atomicité est un adjectif qui décrit un marché qui compte un nombre réduit d'offreurs

☐ Vrai ☒ Faux

10. L'atomicité, la libre entrée et sortie, un accès libre à l'information sont les conditions d'existence d'une :

A. Concurrence internationale

X B. Concurrence pure et parfaite

C. Concurrence raisonnée

FIN