

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	5 La stratégie d'entreprise 5.6 La micro-économie, support de la stratégie	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

Afin de pouvoir appliquer correctement ce principe, les graphiques suivants seront représentés avec en abscisse la quantité.

a L'économie d'échelle n'est pas uniformément efficace quelle que soit la taille de l'activité stratégique. Elle est d'abord croissante puis décroissante. L'optimum de la taille de l'activité stratégique correspond au point où le coût marginal est égal au coût moyen de production :

5.6.4 La loi de l'offre et de la demande

La **loi de l'offre et de la demande** est la suivante :

- 1) Une entreprise privée ne produit et ne commercialise un bien que si elle réalise des bénéfices sur le long terme i.e. que si son chiffre d'affaires est supérieur à ses charges.
- 2) Une entreprise possède des charges fixes et des charges variables en fonction du volume de production.
- 3) Le principe de maximisation de bénéfice implique que son prix de vente est égal à son coût marginal variable :

$$\text{Prix} = \frac{\delta \text{ Coûts}}{\delta \text{ Quantité}}$$

- 4) La loi de la demande permet de fixer le volume du marché en fonction du prix:

$$\text{Taille marché}(\text{Prix})$$

- 5) La loi de la production permet de fixer le volume de production d'une entreprise:

$$\text{Taille de la production de l'entreprise}(\text{Prix})$$

- 6) Le nombre de concurrents théoriques nécessaire à l'équilibre peut être calculé :

$$\text{Nombre d'entreprises} = \frac{\text{Taille marché}(\text{Prix})}{\text{Taille de la production de l'entreprise}(\text{Prix})}$$

Quand le volume de l'offre est inférieur au volume de la demande, les entreprises ne cherchent pas forcément à accroître leur production, ce qui nuit à leur rentabilité au regard du principe de maximisation du bénéfice.

A court terme, la taille du marché est alors ajustée par une augmentation du prix de vente à l'initiative des entreprises. Les entreprises réalisent donc un bénéfice supérieur au principe de maximisation du bénéfice.

A long terme, de nouvelles entreprises peuvent être intéressées par la croissance du marché et de l'élévation du bénéfice supérieur. Toutefois deux situations sont à considérer :

- S'il existe des barrières à l'entrée infranchissables, elles ne pourront le faire toutes et il peut exister une situation monopolistique d'entente ou pure.
- S'il n'existe pas de barrières à l'entrée ou si elles sont franchissables, autant d'entreprises que nécessaires vont se créer et le volume de l'offre va être supérieur à celui de la demande.
- Les clients font alors jouer la concurrence, ce qui tire les prix à la baisse dans la limite de la quantité offerte, voire au-dessous.
- Les entreprises ayant leur coût de production supérieur à leur chiffre d'affaires disparaissent, ce qui implique que le volume de l'offre diminue.
- Le volume de l'offre diminue au point de faire remonter le prix de vente jusqu'à la valeur du coût de marginal de production.
- Le point d'équilibre de la loi du marché est de nouveau atteint.