

Chapitre 1 :

Introduction.

→ **Entreprise (firme) : contribue à une activité productive.**

→ Objet complexe : tout comme le consommateur.

→ **Simplification conceptuelle.**

→ Activité de consommation : représenté par un **agent unique**.

→ Agent représentatif : des autres types de consommations.

→ Schématisé par : **fonction d'utilité**.

→ Représente : les **préférences sur un panier de biens**.

→ **Choix du consommateur : programme d'optimisation.**

→ **Système.**

→ $\text{Max } U(x_1, x_2, \dots, x_n)$.

→ $S/C \ R = p_1x_1 + p_2x_2 + \dots + p_nx_n$.

→ **Résolution : Lagrangien.**

→ $L = f(\text{objectif}) + \lambda[\text{contrainte}]$

→ $L = U(x_1, x_2, \dots, x_n) + \lambda[R - p_1x_1 - p_2x_2 - \dots - p_nx_n]$.

→ **Résolution par les dérivées premières : système.**

→ $\partial U(.) / \partial x_1 = 0$.

→ $\partial U(.) / \partial x_2 = 0$.

→ $\partial U(.) / \partial x_n = 0$.

→ $\partial U(.) / \partial \lambda = 0$.

→ **Conditions économiques de l'optimum (CEO).**

→ **Résultats issus de $L(x_1, x_2, x_n, \dots, \lambda)$.**

→ $U^m x_1 = \partial U(.) / \partial x_1$.

→ $U^m x_2 = \partial U(.) / \partial x_2$.

→ **TMS à l'optimum.**

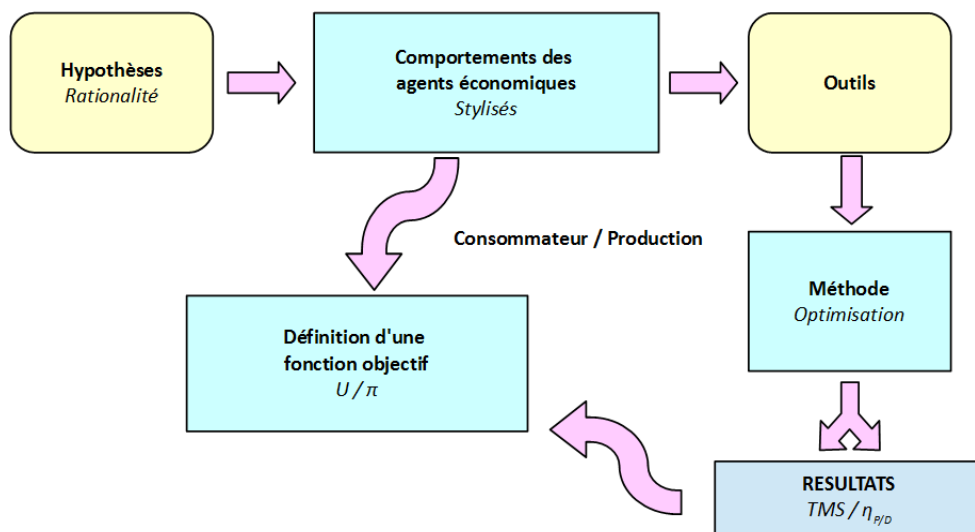
→ $\text{TMS} = U^m x_1 / p_1 = U^m x_2 / p_2$.

→ Biens complémentaires et substituables.

→ **Élasticité** : exprime les choix de consommation par rapport à l'évolution des prix.

→ **Hypothèse de comportement : producteur.**

→ Duplique le schéma méthodologie du consommateur.



→ **Théorie traditionnelle (originelle) de la firme.**

→ Corpus théorique : lourd et contraignant par simplification.

→ **Objectifs du producteur : comprendre de façon stylisé le comportement de l'entreprise.**

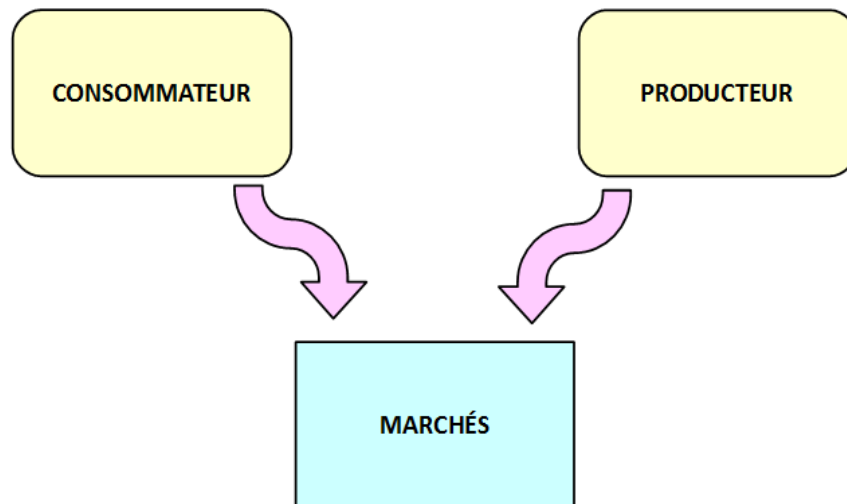
→ **A court terme.**

→ **A long terme** : amortir les investissements.

→ Producteur de pétrole : pas intégré dans ce modèle.

→ Optimisation dynamique.

→ Contenu du cours : optimisation statique.



I _ Producteur.

1 _ Entreprise.

- **Entreprise : entité collective qui produit un bien ou un service.**
 - Comprendre.
 - Quelque soit la forme juridique.
 - Activités.
 - Objectifs.
 - Contrainte.
- **Entreprise : transforme des matières premières ou des biens intermédiaire en produits ou un services.**
 - Visant à **satisfaire une demande.**
 - **Fonction production** : représente l'**activité de transformation.**
 - Réalisation du bien intermédiaire : nécessite des matières premières.
 - Bien final : séquence de production préalable.
 - Donc : transformation préalable.
 - **Clients.**
 - **Consommateur final : B2C** (*business to consumer*).
 - **Autre entreprise : B2B** (*business to business*).

2 _ Objectifs de l'entreprise.

- **Entreprise.**
 - Ne produit pas par altruisme.
 - Produit et continue de produire si elle est rentable.
 - **Pérennité : relève de sa rentabilité.**
- **Objectif fondamental : maximisation de son profit (π).**
 - **$\pi = RT - CT$.**
 - RT : recette totale.
 - $RT = P * Q$.
 - CT : coût total.
 - $CT = CT(Q)$.
 - **$\pi = P * Q - CT(Q)$.**

→ **Maximisation du profit : deux problématiques.**

→ **Comment** produire ?

→ Concerne les techniques de production : **choix des facteurs de production.**

→ **Capital.**

→ **Travail.**

→ Combinaison des facteurs : privilégier capital ou travail.

→ **Facteurs de production : coûts.**

→ Valable pour tout secteur d'activité.

→ **Combien** produire ?

→ **Producteur : détermine un volume de production.**

→ En fonction de.

→ **Caractéristiques de production.**

→ **Coûts de productions.**

→ Questions de qualité : non abordées.

→ **Compréhension des coûts de production : fondamentale.**

→ Impact sur les résultats de l'entreprise (rentabilité).

→ Maximiser son profit : minimiser les coûts de production.

→ **Par simplification : producteur en situation de concurrence.**

→ **Producteur : « *price taker* »** (preneur de prix).

→ Alignement sur le prix des concurrents.

→ Impact sur les modèles utilisées.

→ **Prix : fixé par le marché.**

→ **Détermination du producteur : volume de production.**

→ **Fonction d'offre de l'entreprise.**

II _ Marchés.

→ **Analyse des marchés : permet d'évaluer.**

→ Lorsque l'offre des producteurs rencontre la demande des clients.

→ Plusieurs types de marchés : **structure du marché.**

→ **Stratégie des acteurs du marché : différente en fonction de la structure du marché.**

→ Structure d'un marché : défini en fonction.

→ **Nombre d'acteurs sur ce marché.**

→ **Leur répartition entre l'offre et la demande.**

STRUCTURE	CONSOMMATEURS	PRODUCTEURS	POUVOIR DE MARCHÉ
Concurrence	Multitude	Multitude	Personne
Monopole	Multitude	Un	Producteur (prix)
Monopsone	Un	Multitude	Consommateur
Oligopole	Multitude	Quelques	
Oligopsone	Quelques	Multitude	

→ **Pouvoir de marché : marge relativement importante sur la quantité et le prix.**

→ Se définit : là où il y a **coalition d'acteurs.**