

SOMMAIRE

A

Stratégie d'entreprise et Stratégie industrielle

B

Les outils d'analyse stratégique

C

Etude de cas DANONE et PEUGEOT

D

Les différentes stratégies : le Modèle de Cournot TD1 Exercice

E

TD 3 Etude de cas BETTA

F

Le Modèle de Stackelberg TD2 Exercice

G

Des Orientations pour l'examen

A



Stratégie d'entreprise et Stratégie industrielle

B



Les outils D'analyse stratégique

LE MODÈLE SWOT

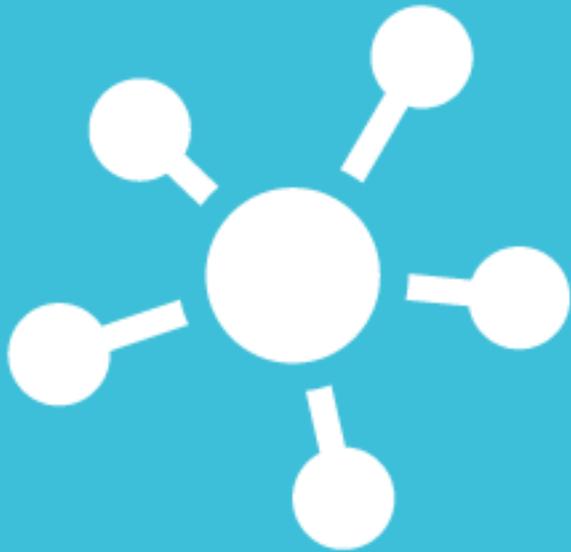
LE MODÈLE DES « CINQ FORCES » DE PORTER

L'ANALYSE PESTEL

Les 7 S

LA CHAÎNE DE VALEUR

C



Le Modèle de Cournot

Le marché du duopole est un marché dans lequel deux entreprises vendent un bien homogène à une multitude de demandeurs. Le marché du duopole est présenté comme un marché de stratégies dans la mesure où la taille importante des deux entreprises leur offre la disposition d'une part importante du marché si bien que les décisions prises par chacun des producteurs affecteront nécessairement le profit réalisé par l'entreprise concurrente. De ce fait, les deux producteurs se trouvent interdépendants dans un marché de duopole.

La présentation simple du modèle étudié par Augustin Cournot constitue le point de départ de l'analyse du marché du duopole. Dans ce type de modèle, on part de l'hypothèse que chaque entreprise suppose qu'elle est, seule, capable d'adapter sa production à celle de l'entreprise concurrente. Autrement dit, chaque producteur cherche à maximiser son profit, en supposant que le concurrent ne change pas sa production, et en adaptant en conséquence sa propre production à celle de l'entreprise concurrente.

Cependant, si chaque duopoleur suppose qu'il est le seul à avoir une capacité d'adaptation, en réalité, les deux entreprises réagiront chacune, aux décisions de l'autre.

Pour démontrer les conditions d'équilibre des deux concurrents en situation de duopole, considérons les données suivantes :

- X_1 et X_2 sont les quantités produites par les entreprises 1 et 2.
- La fonction de demande sur le marché est de la forme: $P = f_{(X_1+X_2)}$.

Dans ce cas, la recette totale de chaque entreprise dépend à la fois de sa propre production ainsi que de celle de son concurrent.

$$RT1 = X1 \cdot f(X1+X2) \quad \text{et} \quad RT2 = X2 \cdot f(X1+X2)$$

Si chaque entreprise dispose d'une fonction de coût spécifique:

$$CT1 = g(X1) \quad \text{et} \quad CT2 = h(X2)$$

Les profits des deux entreprises sont alors :

$$\pi_1 = X_1 \cdot f_{(X1+X2)} - g_{(X1)}$$

$$\pi_2 = X_2 \cdot f_{(X1+X2)} - h_{(X2)}$$

Croyant que le concurrent est sans réaction, chaque duopoleur maximise son profit d'après son propre niveau de production. Les conditions de maximum sont:

Chaque Entreprise suppose, dans un processus de maximisation du profit, que quelque soit son choix, l'autre entreprise conservera sa production constante (on suppose qu'il y a deux entreprises.

TD 1

Le marché d'un bien comporte deux vendeurs confrontés à une multitude d'acheteurs, dont la demande est :

$$X_D = -P + 100.$$

Les deux entreprises ont les fonctions de coût suivantes :

$$CT_1 = 2.X_1^2 + 20 \quad \text{et} \quad CT_2 = 3.X_2^2 + 10$$

Question 1: Déterminer le prix du marché, les quantités produites et le profit des entreprises lorsque celles-ci se comportent comme si elles étaient en situation de concurrence pure et parfaite.

Question 2: Même question si on suppose que chaque entreprise prend sa décision en considérant la production de l'autre comme donnée. Déterminer les équations des courbes de réactions de ces deux entreprises, le prix du marché et les profits respectifs.

Question 1:

Une entreprise produisant un bien en situation concurrentielle fixe son niveau de production de telle sorte que le coût marginal (Cm) soit égal à la recette marginale (Rm). Soit, donc, pour les deux producteurs. Le prix représente aussi la marginale dans un marché de concurrence pure et parfaite (car le prix est constant quel que soit la quantité vendue par le producteur)

Entreprise 1

$$P = Cm_1 \Rightarrow P = 4.X_1$$

$$X_1 = \frac{1}{4}.P$$

Entreprise 2

$$P = Cm_2 \Rightarrow P = 6.X_2$$

$$X_2 = \frac{1}{6}.P$$

L'offre globale sur le marché est :

$$X_0 = X_1 + X_2 \Rightarrow X_0 = \frac{10}{24} \cdot P$$

Le prix du marché est déduit de l'égalité : $X_0 = X_D$

$$\frac{10}{24} \cdot P = -P + 100 \Rightarrow P \approx 70,6$$

Les quantités produites et les profits respectifs sont :

$$X_1 = \frac{1}{4} \cdot P \Rightarrow X_1 \approx 17,65 \quad \text{et} \quad \underline{\pi_1 \approx 603}$$

$$X_2 = \frac{1}{6} \cdot P \Rightarrow X_2 \approx 11,76 \quad \text{et} \quad \underline{\pi_2 \approx 405}$$

Question 2 : La fonction de demande est donnée par :

$$X = -P + 100 \quad \text{-----} \quad P = -X + 100$$

Puisque $X = X_1 + X_2$, on peut écrire: $P = -(X_1 + X_2) + 100$

Par conséquent, on peut établir pour l'entreprise 1 :

$$RT_1 = P.X_1 = [-(X_1 + X_2) + 100].X_1$$

$$CT_1 = 2.X_1^2 + 20$$

$$\pi_1 = -X_1^2 - X_1.X_2 + 100.X_1 - 2.X_1^2 - 20$$

$$\frac{\partial \pi_1}{\partial X_1} = -2.X_1 - X_2 + 100 - 4.X_1 = 0 \Rightarrow$$

$$X_1 = \frac{100 - X_2}{6}$$

C'est la courbe de réaction de l'entreprise 1.

On peut établir le même raisonnement pour l'entreprise 2:

$$RT_2 = P.X_2 = 100.X_2 - X_1.X_2 - X_2^2 \quad \text{et} \quad CT_2 = 3.X_2^2 + 10$$

$$\pi_2 = 100.X_2 - X_1.X_2 - X_2^2 - 3.X_2^2 - 10$$

$$\frac{\partial \pi_2}{\partial X_2} = 100 - X_1 - 2.X_2 - 6.X_2 = 0 \quad \Rightarrow \quad X_2 = \frac{100 - X_1}{8}$$

C'est la courbe de réaction de l'entreprise 2.

$$6.X_1 - 100 + X_2 = 0 \Rightarrow 48.X_1 - 800 + 8.X_2 = 0 \quad (1)$$

$$8.X_2 - 100 + X_1 = 0 \quad (2)$$

En faisant (1)-(2), on trouve: $47.X_1 = 700 \Rightarrow X_1 = 14,9$

En remplaçant dans la fonction de réaction de l'entreprise 2, on a : $X_2 \approx 10,6$

Le prix du marché ainsi que les profits respectifs se dégagent facilement :

$$P = -(X_1 + X_2) + 100 = -(14,9 + 10,6) + 100 \Rightarrow \underline{P = 74,5}$$

$$\pi_1 = RT_1 - CT_1 \Rightarrow \underline{\pi_1 = 646} \quad \text{et} \quad \pi_2 = RT_2 - CT_2 \Rightarrow \underline{\pi_2 = 443}$$

En comparant ces résultats avec ceux obtenus à la question précédente on peut remarquer que le passage de la situation concurrentielle à la situation de duopole profite aux deux entreprises au détriment évidemment des consommateurs.

