

Les échanges économiques

LES MARCHÉS ET LES ÉCHANGES DE L'ENTREPRISE AVEC L'EXTÉRIEUR

Un marché désigne le lieu de rencontre entre l'offre et la demande. Il peut être local, national ou international. Il n'existe pas un mais plusieurs marchés, selon l'échange pratiqué, dont notamment :

- **le marché de biens et de services** : les consommateurs achètent des biens et services auprès des producteurs,
- **le marché des capitaux financiers** : échanges de titres, comme des actions, entre les agents économiques,
- **le marché du travail** : les demandeurs d'emploi échangent leur force de travail contre un salaire auprès des employeurs.

LA FORMATION D'UN PRIX

Avant que le bien ou le service soit disponible à la vente, plusieurs facteurs doivent être pris en compte pour déterminer son prix de vente TTC (toutes taxes comprises) de manière à ce que la vente soit rentable pour l'entreprise (voir la fiche «Les éléments comptables»). Ces facteurs sont :

- **le coût d'achat unitaire** : addition du prix d'achat des matières premières ou produits à un fournisseur et de ses frais connexes (livraison, etc.),
- **le coût de distribution unitaire** : frais engagés pour la vente de la production (publicité, livraison, salaires des vendeurs, etc.),
- **le coût de revient unitaire** : addition des coûts d'achat et de distribution supportés par l'entreprise, nécessaires pour effectuer la production,
- **la marge brute** (différence entre le prix de vente et le coût d'achat, hors taxes) et la marge nette (différence entre le prix de vente et le coût de revient, hors taxes),
- **le prix unitaire hors taxes** (PUHT),
- **la TVA** (taxe sur la valeur ajoutée) : impôt général sur la consommation directement facturé aux clients sur les produits qu'ils consomment. La TVA est fixée par un pourcentage sur le prix de vente HT : son montant dépend donc du prix de vente HT et doit être intégré au prix de vente TTC (voir les fiches «Les éléments comptables» et «Les impôts et prélèvements»),
- **le taux de marge commerciale** : il se calcule sur le prix d'achat. Il permet de connaître le pourcentage de marge réalisé par rapport au coût d'achat (il se calcule ainsi : $(\text{marge brute} \div \text{coût d'achat}) \times 100$),
- **le taux de marque commerciale** : il se calcule sur le prix de vente hors TVA. Il permet de connaître le pourcentage de marge réalisé par rapport au prix de vente hors taxes (il se calcule ainsi : $(\text{marge brute} \div \text{prix de vente HT}) \times 100$).

Ces deux calculs permettent de déterminer si le prix de vente hors taxes envisagé est adéquat.