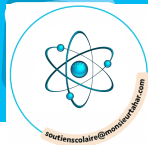


Un modèle d'échange entre offreurs et demandeurs



Le marché est une institution qui encadre nos échanges économiques. L'utilisation d'un modèle théorique, appelé « marché concurrentiel », permet d'analyser le comportement des agents et la formation des prix.

I Une diversité de formes de marché

Le marché désigne le **lieu de rencontre** entre des acheteurs (qui expriment une **demande** pour un produit) et des vendeurs (qui représentent la production ou l'**offre**), ainsi que l'ensemble des échanges réalisés lorsque vendeurs et acheteurs se mettent d'accord sur la quantité échangée et le prix de la transaction.

1 Une multitude de marchés

- Le marché des **biens et services** met en relation les ménages, les entreprises, les administrations, qui échangent des biens et services (de consommation finale ou de production).
- Le marché du **travail** met en relation des individus qui offrent leur force de travail (au sens de facteur de production) et des unités de production.
- Le marché des **capitaux** désigne le marché sur lequel s'échangent des actifs financiers (titres de propriété ou de créances) entre des agents économiques qui cherchent à financer leur activité et ceux qui ont un excédent de capitaux.
- Le marché des **changes** est celui sur lequel s'échangent des monnaies.

2 Différentes modalités d'organisation des échanges

- Les échanges et la fixation du prix s'effectuent selon des modalités très diverses : vente à la **criée** (marché aux poissons), **marchandage** et négociation (marchés alimentaires), vente aux **enchères** (marché de l'art), prix plus ou moins **encadrés** par des institutions comme l'État (marché du travail), etc.
- Selon la localisation des agents économiques et des échanges (à l'échelle régionale, nationale, internationale), le marché peut ainsi être un **lieu physique** (la place du village, un magasin, une agence d'intérim) ou un **espace virtuel** (transactions électroniques sur des marchés financiers ou sites de vente sur Internet).



Le marché est une **institution** : les échanges marchands sont inscrits dans un système de règles sociales et politiques, avec le respect de conventions, de contrats, de droits de propriété, etc.

II L'utilisation d'un modèle de marché concurrentiel

1 Un modèle théorique

Le marché est aujourd'hui le principal mode de coordination des activités économiques. La science économique, face à la diversité des formes de marchés, fait ainsi le choix d'étudier un **modèle** de marché.

Mot clé

Un **modèle**, en économie, est une représentation schématisée et simplifiée de la réalité afin d'analyser un phénomène, en posant des conditions ou en ayant recours à la formalisation mathématique.

2 Un modèle basé sur la notion de concurrence

La concurrence désigne une structure de marché caractérisée par l'**importance du nombre d'offreurs et de demandeurs**. Les prix sont fixés par les mécanismes du marché, un agent économique ne pouvant, seul, agir sur les prix.

Ce modèle repose sur **cinq conditions** constituant les caractéristiques d'une « concurrence pure et parfaite » : grand nombre d'acheteurs et de vendeurs (atomicité), homogénéité des produits, transparence de l'information, libre entrée ou sortie du marché, libre circulation des facteurs de production.

Ces conditions permettent de distinguer ce modèle d'autres structures de marché : concurrence monopolistique, oligopole, monopole.



L'ESSENTIEL

Le marché concurrentiel

► lieu de **rencontre** et d'**échanges** entre acheteurs et vendeurs

► **formes** : marchés de biens et de services, du travail, des capitaux, des changes
► **modalités d'échanges** : vente à la criée, négociation, vente aux enchères...

► « **concurrence pure et parfaite** » (5 conditions)

Le comportement des agents économiques



Dans le modèle de marché concurrentiel, les acheteurs et les producteurs sont caractérisés par des comportements rationnels d'optimisation sous contrainte.

I Le comportement des acheteurs

1 Les déterminants de la demande

- Les acheteurs cherchent à **maximiser leur satisfaction sous contrainte budgétaire**.
- La demande d'un produit est ainsi influencée par :
 - les préférences du consommateur (ses goûts, la mode, les anticipations sur l'avenir) ;
 - des contraintes comme son revenu (lorsque le revenu augmente, la demande augmente généralement) ;
 - le prix du produit ;
 - le prix de produits substituables (interchangeables) ou complémentaires (qui doivent être consommés ensemble).

2 La loi de la demande

Dans le modèle de marché étudié, le **prix** du produit est le principal déterminant de la demande : lorsque le prix diminue, les consommateurs qui ont déjà acheté le bien sont encouragés à en acheter davantage ; et ceux qui n'avaient pas les moyens d'en acheter peuvent désormais se le permettre.

La demande de marché est la quantité de biens (ou de services) que les agents économiques sont disposés à acheter sur un marché à un prix donné. La **courbe de demande** représente, pour différents niveaux de prix, la somme des demandes individuelles des consommateurs. **► DÉPLIANT**

Mot clé

La loi de la demande précise que, toutes choses égales par ailleurs, lorsque le prix d'un bien augmente, la quantité demandée diminue. La demande est une fonction décroissante du prix.

D'après la **loi de la demande**, la pente de la courbe de demande est généralement négative et dépend de l'**élasticité-prix de la demande** (i. e. la sensibilité de la demande aux variations du prix).



II Le comportement des producteurs

1 La loi de l'offre

L'**offre** est la quantité de biens ou services que les agents économiques sont disposés à vendre sur un marché à un prix donné. Le **prix du produit** est ainsi le principal déterminant de l'offre des producteurs : plus le prix est élevé, plus les entreprises vont décider de produire, qu'elles soient ou non déjà présentes sur le marché.

Mot clé

La **loi de l'offre** précise que, toutes choses égales par ailleurs, lorsque le prix d'un bien augmente, la quantité offerte augmente. L'offre est une fonction croissante du prix.

2 La maximisation du profit

Les producteurs cherchent à **maximiser leur profit** en tenant compte de leurs **contraintes de production**. L'offre est ainsi influencée par le coût des matières premières, la productivité des facteurs de production, et par des facteurs naturels modifiant les conditions de production.

Sur un marché de concurrence pure et parfaite, en situation de coût marginal croissant, le producteur **maximise son profit** lorsque le prix et le coût marginal sont égaux. La courbe d'offre se situe donc sur la courbe de coût marginal de l'entreprise. **► DÉPLIANT**



L'ESSENTIEL

Le comportement des acheteurs

- **déterminants de la demande** : préférences du consommateur, contraintes budgétaires
- **loi de la demande** : pente de la courbe de demande négative et dépendante de l'élasticité-prix

Le comportement des producteurs



- **déterminant de l'offre** : prix du produit
- **maximisation du profit** : en tenant compte des contraintes de production (prix = coût marginal)

La formation d'un équilibre sur un marché concurrentiel



La confrontation de l'offre et de la demande aboutit à un équilibre de marché pour lequel il y a égalité entre quantité offerte et quantité demandée à un niveau de prix appelé **prix d'équilibre**. Cet équilibre est modifié par les variations de l'environnement économique.

I La confrontation de l'offre et de la demande

1 Un mécanisme d'ajustement avec des prix flexibles

Le modèle de marché concurrentiel suppose que les agents économiques sont « **preneurs de prix** ». Un intermédiaire fictif entre offreurs et demandeurs, appelé « **commissaire-priseur** », annonce un prix à la criée et démarre un processus d'enchères dans lequel les prix, flexibles dans un marché concurrentiel, se modifient jusqu'à atteindre le **prix d'équilibre**.

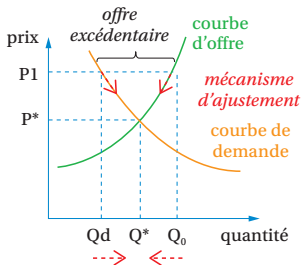
Mot clé

Un agent économique (ménage ou entreprise) est « **preneur de prix** » sur un marché concurrentiel car il n'a pas la possibilité d'exercer, par ses seules décisions, une influence sur le marché.

Par ce mécanisme, des offreurs et des demandeurs sont ainsi exclus du marché et, à terme, l'**équilibre du marché** est réalisé au point d'équilibre, qui correspond au **croisement des courbes d'offre et de demande**.

2 Un mécanisme autorégulateur

En effet, si le prix est au-dessus du prix d'équilibre, il y a un **excédent** d'offre, les producteurs ne peuvent pas vendre toute leur production et sont donc prêts à vendre à un prix inférieur. Les quantités offertes diminuent (déplacement sur la courbe vers le bas). Cette tendance du prix à la baisse fait augmenter la quantité demandée, jusqu'à atteindre le prix d'équilibre. Le processus inverse a lieu si le prix est en dessous de l'équilibre (**pénurie**).



Les lois de l'offre et de la demande constituent un **mécanisme autorégulateur** qui fait converger le prix du marché vers le prix d'équilibre.



II Les conséquences d'une modification de l'environnement économique

1 L'effet sur l'équilibre du marché

■ Un changement de prix se traduit par un **déplacement le long de la courbe**, entraînant une modification de la quantité offerte ou demandée (cf. I.). Mais si un facteur déterminant autre que le prix varie, cela se traduit par une modification de l'offre ou de la demande et par un **déplacement de la** (ou des) **courbe(s)**. ► **FICHE 2**

■ Pour étudier l'impact d'un événement sur un marché, on détermine la courbe affectée, la direction du déplacement (vers la droite en cas d'augmentation, vers la gauche en cas de baisse de la quantité) et enfin la modification de la quantité et du prix d'équilibre que cela entraîne.

2 Une illustration avec l'intervention des pouvoirs publics

■ Les pouvoirs publics peuvent décider d'instaurer une **taxe forfaitaire**, soit une somme fixe par unité de bien vendue dont doit s'acquitter l'entreprise ou le consommateur.

■ Le modèle de marché permet de voir comment cette taxe perturberait l'équilibre, en générant un glissement des courbes. La conséquence essentielle d'une taxe est l'**augmentation des prix** et la réduction des quantités échangées. Néanmoins, le prix d'équilibre n'augmente pas du montant de la taxe car la demande s'ajuste au changement de prix.

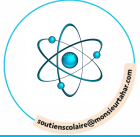


L'ESSENTIEL

Le prix d'équilibre sur un marché concurrentiel

Il résulte de la confrontation de l'offre et de la demande :
un mécanisme autorégulateur
(excédent, pénurie)

Il est modifié en cas de changement de l'environnement économique :
► modification de l'offre ou de la demande
► intervention des pouvoirs publics
(ex. : taxe)



Les gains à l'échange



Le marché concurrentiel procure des gains à l'échange pour les agents économiques.
Ces gains collectifs sont maximisés à l'équilibre du marché.

I Le surplus du consommateur et du producteur

1 L'existence de gains à l'échange

■ Dans le modèle de marché concurrentiel, le prix est le signal qui guide les agents économiques dans leurs prises de décisions.

■ Le **prix d'équilibre** (prix effectif des transactions réalisées) est unique et ajuste exactement les prétentions des offreurs et demandeurs. Or les différentes unités produites ou consommées ne sont pas valorisées de la même manière par le producteur ou le consommateur (en fonction de leurs contraintes, de leurs préférences). **► FICHE 2**

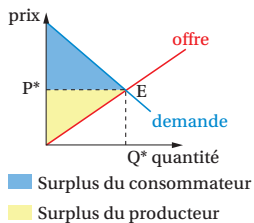
■ Si le prix d'équilibre s'applique à tous les participants au marché, il n'est pas connu à l'avance et certains acheteurs auraient pu payer plus cher. Si le prix de marché est supérieur à la somme maximale que l'acheteur serait disposé à payer, le consommateur ne participera pas à l'échange. Si producteurs et consommateurs échangent, c'est en raison des **avantages** qu'ils en retirent.

2 Des gains à l'échange mesurés par le surplus

■ Ces gains à l'échange sont liés au prix qu'un consommateur serait prêt à payer sur le marché comparé au prix d'équilibre du marché, qui est le prix effectif de l'échange : le surplus du consommateur désigne cette **différence entre son consentement à payer et le prix d'équilibre**.

■ Pour le producteur, le gain est la différence entre le prix de marché et le prix, plus faible, auquel il serait prêt à vendre son produit.

■ En faisant la somme des gains réalisés pour toutes les unités produites, on obtient le **surplus du producteur** (ou du **consommateur**) qui se représente graphiquement par la surface comprise entre la courbe d'offre (ou de demande) et le niveau horizontal correspondant au prix d'équilibre.





II Une allocation optimale des ressources

1 L'équilibre de marché concurrentiel maximise le surplus collectif

Si les mécanismes de marché concurrentiel fonctionnent **librement**, alors les choix des agents économiques conduisent à un prix d'équilibre qui **maximise** le surplus global. En effet, vouloir améliorer la situation des consommateurs en baissant le prix provoque une perte et une détérioration de la situation des producteurs. Et réciproquement.

Toute **régulation** conduisant à diminuer les quantités échangées ou à s'éloigner du prix d'équilibre va détruire une partie des gains à l'échange.

2 Le marché conduit à une allocation optimale des ressources

L'équilibre atteint par le marché assure une **allocation des ressources** optimale.

Cela signifie que le marché permet d'utiliser les ressources (capital, travail, matières premières...) de la manière la plus efficace : en procurant **la plus grande satisfaction au plus grand nombre** et sans gaspiller des ressources.

Mot clé

L'**allocation des ressources** est le mécanisme par lequel les ressources disponibles dans une économie sont utilisées ou affectées aux différents usages possibles pour satisfaire les besoins des agents économiques.



L'ESSENTIEL

