

Cours 2 Le fonctionnement de l'économie de marché

I. Le modèle de la concurrence pure et parfaite

Dans une économie de marché, la notion de concurrence désigne une structure de marché comportant un grand nombre d'offreurs et de demandeurs, qui va permettre une compétition propice aux intérêts du consommateur. Le modèle de concurrence pure et parfaite a été présenté par Léon Walras et reformulé dans les années 1980 par Kenneth Arrow et Gérard Debreu. Lorsque chaque intervenant est d'une si faible taille qu'il ne peut influencer à lui seul le niveau des prix (*hypothèse d'atomicité*), que la liberté d'acheter et de vendre est totale (*hypothèse de fluidité*), que les biens et les services sont rigoureusement identiques (*hypothèse d'homogénéité*), que les facteurs de production sont parfaitement mobiles d'une branche à une autre (*hypothèse de parfaite mobilité des facteurs*), et qu'enfin les intervenants sont parfaitement informés sur l'ensemble des prix (*hypothèse de transparence ou d'information parfaite*), alors la concurrence est dite pure et parfaite. Les conditions de la pureté sont l'atomicité, la fluidité et l'homogénéité, celles de la perfection étant la transparence et la mobilité. Ce modèle se présente, on le voit, comme un mécanisme de marché pur, « sans frottements » comme dans le cas des physiciens qui étudient le déplacement d'un objet dans le vide. De fait ce modèle reste très théorique dans la mesure où dans la réalité, ces conditions sont rarement réunies. Un marché concurrentiel est donc un marché sur lequel aucun acteur n'est en mesure d'influencer le niveau du prix auquel le bien s'échange. On dit qu'aucun acteur n'a de « pouvoir de marché » ou *price taker*. Les acteurs sont dits « preneurs de prix ». Un marché sur lequel une entreprise est en situation de monopole (seule à vendre le bien) et sans concurrents potentiels n'est pas un marché concurrentiel car l'entreprise peut y imposer ses prix. Un autre cas de marché non concurrentiel est celui où un acheteur est si important qu'il est en mesure d'imposer un prix d'achat aux offreurs (exemple souvent cité des supermarchés vis-à-vis de leurs fournisseurs). Les marchés concurrentiels sont en général des marchés sur lesquels il y a de nombreux offreurs et demandeurs ; il peut aussi s'agir de marchés sur lesquels il y a, par exemple, seulement une ou deux entreprises, mais où il existe une forte menace d'entrée de nouveaux concurrents (la concurrence y est potentielle). On peut mesurer empiriquement (c'est-à-dire à partir de données chiffrées concrètes) le degré de concurrence d'un marché grâce à divers instruments. Ce degré dépend de multiples facteurs, et notamment de facteurs juridiques : par exemple, le fait que les taxis doivent disposer d'une licence pour circuler limite la concurrence (difficulté d'entrée pour les nouveaux concurrents).

Selon l'analyse de l'équilibre général de Léon Walras, l'économie est composée de trois marchés principaux qui sont le marché des biens et services, le marché du travail et le marché du capital. Sur chacun de ces marchés agrégés se confrontent une offre globale et une demande globale. Chaque marché est régulé par un prix qui est parfaitement flexible (le prix du travail est le salaire et le prix du capital est le taux d'intérêt). Cette autorégulation par les prix se réalise sur tous les marchés interdépendants. C'est l'équilibre général : toute la production offerte au prix du marché est achetée (marché des biens et services), l'économie est au plein emploi car tous ceux qui voulaient travailler au salaire de marché sont embauchés (marché du travail) et toute l'épargne est investie (marché du capital). Il faut préciser que chaque grand marché est composé d'une multitude de micromarchés (il y a par exemple un marché pour chaque type de bien échangé).

Bien qu'extrêmement simplificateur, ce modèle du marché concurrentiel a une valeur explicative. Il permet notamment de comprendre les différences de prix (exemple du prix de l'immobilier d'un quartier à un autre), mais aussi les variations du prix d'un produit du fait de modifications des conditions d'offre ou de demande. Ce modèle idéalisé permet encore de rendre intelligible le rationnement de l'offre si, pour une raison ou pour une autre, le prix est fixé à un niveau supérieur à celui qui équilibre le marché (prix plancher), et à l'inverse le rationnement de la demande si ce même prix s'avère inférieur au prix du marché (prix plafond). Les exemples classiques du salaire minimum et de la réglementation des loyers permettent d'illustrer ces deux situations ; d'autres exemples, dans lesquels ce sont les vendeurs eux-mêmes qui fixent un prix ne correspondant pas à l'égalité des quantités offertes et demandées permettent de montrer la fréquence des situations de rationnement. Pour le comprendre on peut prendre l'exemple du rationnement par file d'attente où l'on alloue les produits à ceux qui sont le plus disposés à faire la queue (par exemple pour acheter des billets pour un concert ou une manifestation sportive) et qui conduit à une revente (notamment sur internet) à un prix plus élevé que le prix au guichet.

La compréhension des mécanismes du marché de concurrence pure et parfaite et de la formation des prix est également importante pour l'allocation des ressources : dans ce modèle simplifié, ce sont les prix qui orientent les ressources vers les secteurs où la demande est forte et qui indiquent aux producteurs quelle combinaison de facteurs choisir. Les mécanismes du marché aboutissent ainsi à une allocation des ressources qui peut, dans certains cas, être considérée comme non optimale, d'où la justification d'interventions de l'État pour pallier les défaillances du marché et modifier l'allocation des ressources qui résulterait de ses seuls mécanismes. Le prix du marché est généralement un signal efficace pour l'allocation des ressources, car il véhicule des informations sur les biens et les services aux partenaires à l'échange, et il contribue ainsi à rendre l'économie plus productive.

Cependant ce modèle est fondé sur un comportement humain de maximisation et d'optimisation, alors que l'être humain obéit à des motivations plus complexes (avec la notion de goûts et de préférences par exemple). L'écart entre la réalité et ce modèle justifie que l'État impose des règles juridiques de la concurrence, et qu'il intervienne parfois en fixant des prix plafond (prix maximum dans le but de protéger les acheteurs) ou des prix planchers (qui visent à garantir un revenu minimum aux vendeurs).

II. La courbe d'offre sur le marché

Les économistes raisonnent donc sur un marché idéal appelé « *marché de concurrence pure et parfaite* » : ce type de modélisation permet d'établir une construction abstraite et simplifiée du marché. Ces représentations graphiques, mises en évidence pour la première fois par l'économiste Alfred Marshall (1842-1924), sont étroitement liées dans la mesure où il s'agit d'échange : l'acte économique fondamental sur le marché est la consommation, tandis que toute production est justifiée par la volonté de répondre à une demande, expression du choix souverain des consommateurs. L'étude du comportement rationnel du consommateur et du producteur permet ensuite de déterminer les fonctions d'offre et de demande individuelles sur le marché. Par addition de ces dernières, on détermine alors l'offre et la demande sur un marché donné, dont on analyse les conditions d'équilibre. Le raisonnement est dit alors en « *équilibre partiel* ».

Intuitivement, on comprend que le producteur a d'autant plus intérêt à offrir une quantité importante de son bien que le prix qu'il en retire est élevé. Ce comportement s'appuie cependant sur un calcul économique plus précis. Connaissant sa fonction de coût, le producteur détermine l'offre qui va maximiser son profit. Cette fonction de coût suppose que le producteur a préalablement déterminé la combinaison de facteurs de production qui minimise le coût de production pour une quantité donnée. Comme la concurrence est pure et parfaite, elle fait du producteur un « *price-taker* » (un preneur de prix) en lui imposant le prix du marché. Quand ce prix est égal au coût marginal (celui de la dernière unité produite), le profit total du producteur n'augmente plus ; il est donc maximal. En faisant l'hypothèse que les rendements des facteurs sont décroissants, le coût marginal va augmenter à partir d'un certain niveau de production : il faut chaque fois plus de facteur pour obtenir une unité supplémentaire de produit. Seule une augmentation du prix de vente peut alors permettre d'augmenter la quantité mise sur le marché, ce qui introduit une relation positive entre prix de marché et quantité offerte : c'est la *fonction d'offre* $O(p)$. L'offre totale d'un bien sur le marché sera ensuite obtenue en additionnant les offres individuelles pour chaque niveau de prix.

La courbe d'offre associe à chaque niveau de prix la quantité offerte d'un bien. La courbe d'offre est croissante : plus le prix d'un bien est élevé, plus les producteurs présents augmentent la quantité offerte. D'autre part, sur plus long terme, l'entrée éventuelle de nouveaux producteurs sur le marché ou le changement de l'échelle de production des offreurs déjà présents, déplace la courbe d'offre vers la droite. C'est aussi le cas lorsque les coûts diminuent sous l'effet du progrès technique, de la baisse du prix des intrants (matières premières) ou d'une réglementation moins contraignante. Dans le cas contraire, elle se déplace vers la gauche.

III. La courbe de demande sur le marché

La demande individuelle correspond à la quantité du produit qu'un consommateur est disposé à acheter, compte tenu du prix du marché. La demande a de nombreux déterminants, parmi lesquels les goûts et les préférences, le revenu du demandeur, ou le prix des biens substituables, et, naturellement, le prix du bien considéré. Pour isoler l'effet de ce dernier, le raisonnement se fait « *toutes choses égales par ailleurs* » (tous les autres facteurs sont constants). Dans la grande majorité des cas, on montre alors que la demande individuelle est croissante lorsque le prix du marché baisse. Le comportement économique du consommateur permet cependant de préciser cette idée intuitive.

Face à deux biens substituables A et B, lorsque le revenu du consommateur et le prix du bien B sont donnés, la baisse du prix du bien A provoque la hausse de sa consommation parce que deux effets se composent le plus souvent :

- La baisse du prix de A rend le produit B moins attractif et le consommateur remplace ce dernier par des unités supplémentaires du bien A (*effet de substitution*) ;
- La baisse du prix de A augmente le pouvoir d'achat du revenu, ce qui permet au consommateur d'acheter une quantité plus élevée du produit (*effet de revenu*).

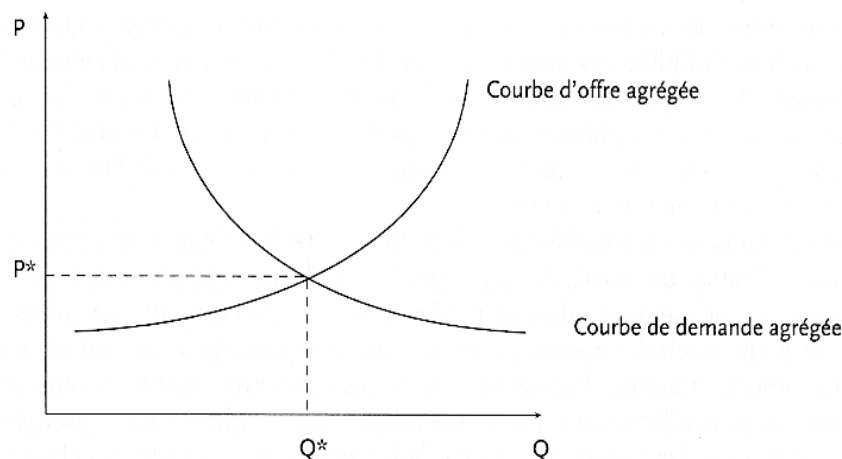
Cette relation décroissante entre le prix et la quantité demandée est la *fonction de demande* $D(p)$. La demande totale est alors obtenue en additionnant les demandes individuelles pour chaque prix. La courbe de demande associe dès lors, à chaque niveau de prix, la quantité demandée d'un bien. La courbe de demande est décroissante : plus un bien est cher, moins nombreuses sont les personnes qui veulent l'acheter et les quantités demandées.

IV. La détermination du prix d'équilibre sur le marché

La forme des courbes « normales » d'offre et de demande garantit qu'elles se croisent en un seul point. À ce prix d'équilibre (p_e), les transactions des uns et des autres correspondent à leurs souhaits. Il n'y a, ainsi, ni rationnement de l'offre, ni rationnement de la demande. Même si, très souvent, de nombreux acheteurs potentiels sont exclus par le prix, leurs ressources ne leur permettant pas d'entrer sur le marché. Il existe donc toujours une combinaison prix-quantités qui permet d'égaliser l'offre et la demande. En cas de déséquilibre sur le marché, la variation du prix permet d'atteindre l'équilibre. Une demande supérieure à l'offre pousse le prix à la hausse, ce qui conduit certains demandeurs à renoncer et incite les offreurs à développer leur offre. Le processus se poursuit jusqu'à ce que l'équilibre soit atteint. Un mécanisme inverse se produit lorsque l'offre est supérieure à la demande : la baisse des prix attire de nouveaux demandeurs, tandis que certains offreurs sont moins incités. Ainsi, quand un choc quelconque modifie la demande ou l'offre sur un marché, se met en œuvre automatiquement un processus d'ajustement des prix qui garantit le retour à l'équilibre. Pour avoir un équilibre sur le marché, il faut donc que les prix soient flexibles. En égalisant l'offre à la demande, ces prix guident les ressources vers les productions pour lesquelles la demande est forte et assurent une allocation optimale des ressources. Les situations de sur ou sous-production sont donc éliminées. À l'équilibre, les quantités offertes et demandées sont optimales puisque les consommateurs maximisent leur utilité tandis que les producteurs maximisent leur profit. Les gaspillages sont éliminés. Cependant, un certain nombre de conditions doivent être respectées pour que les mécanismes du marché fonctionnent ainsi. Il est d'abord nécessaire que la concurrence joue normalement sur ce marché ; en particulier, aucun intervenant ne doit pouvoir imposer ses prix. Par ailleurs, l'offre et la demande doivent être fortement élastiques.

Le seul prix stable sur un marché concurrentiel est celui pour lequel il n'y ni excès d'offre ni excès de demande. C'est le prix pour lequel l'offre est égale à la demande. Cet équilibre entre offre et demande est atteint au prix où la quantité offerte est égale à la quantité demandée. Il n'y a ni pénurie ni excédent, et il n'y a pas de pression sur le prix du marché, ni à la baisse ni à la hausse. Le prix pour lequel l'offre est égale à la demande est appelé prix d'équilibre du marché. L'équilibre du marché correspond à la situation où les intérêts conflictuels des consommateurs et des producteurs se compensent parfaitement. En ce point, la quantité que les consommateurs demandent est égale à la quantité que les producteurs offrent. Or, le mécanisme régulateur des prix assure que ce point d'équilibre est automatiquement atteint. Les lois de l'offre et de la demande font converger le prix du marché vers le prix d'équilibre.

Une représentation graphique du marché « concurrentiel »



V. Déplacement de la courbe et déplacement sur la courbe

Tout choc qui modifie l'offre ou la demande sur un marché provoque un ajustement des prix qui assure ainsi un retour à l'équilibre. Pour comprendre comment se modifient l'offre et la demande et comment se réalise l'équilibre, il faut distinguer ce que les économistes nomment « les déplacements de la courbe » et les « déplacements sur la courbe ».

Les déplacements *sur* la courbe (les fonctions d'offre et de demande demeurent inchangées) ne se produisent qu'à un nombre de demandeurs et d'offreurs donné. Ils proviennent des adaptations de *court terme* de la quantité offerte ou de la quantité demandée de la part des offreurs et/ou des demandeurs face à une variation des prix.

Ainsi, une augmentation du prix produit une baisse de la demande et une augmentation de l'offre ; à court terme, les autres paramètres sont constants et les déplacements s'effectuent donc sur la courbe.

Mais à *long terme*, la variation des prix provoque l'arrivée de nouveaux offreurs ou demandeurs sur le marché ou le départ de certains d'entre eux du marché. Dans ce cas, les fonctions de demande et d'offre sont modifiées et c'est toute la courbe (qui résulte de l'agrégation des offres et des demandes individuelles) qui se déplace. Les modifications d'offre et de demande peuvent aussi être dues à des causes autres que les mouvements de prix (par exemple une augmentation du nombre d'habitants pour la demande ou une innovation radicale pour l'offre).