Ressources pour le lycée général et technologique

Fiche 3.2 : Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

INDICATIONS COMPLÉMENTAIRES : *On s'attachera à mettre en évidence les déterminants des comportements des agents, offreurs et demandeurs, puis on procédera à la construction des courbes d'offre et de demande et à l'analyse de la formation de l'équilibre sur un marché de type concurrentiel. La modification des conditions d'offre ou de demande permettra de montrer comment s'ajustent, dans le temps, prix et quantités d'équilibre. On étudiera les réactions de l'acheteur aux changements des incitations (augmentation du prix du tabac, de la fiscalité sur les carburants, prime à la casse sur le marché de l'automobile, etc.). L'étude de la notion de surplus et de son partage entre acheteurs et vendeurs permettra d'illustrer graphiquement les gains de l'échange. On fera apparaître l'existence de situations de rationnement lorsque le prix est fixé, quelle qu'en soit la raison, à un autre niveau que celui qui équilibre le marché (files d'attente, réglementation des loyers, pénuries de places pour des rencontres sportives ou les spectacles, etc.).*

NOTIONS : Offre et demande, prix et quantité d'équilibre, preneur de prix, rationnement, surplus, allocation des ressources.

SAVOIRS DE REFERENCE SUR LE THEME

Une approche en termes de modèle

La réflexion des économistes sur le marché a conduit ces derniers à construire une catégorie abstraite, un modèle de « marché stylisé »[1], afin d'en expliquer le fonctionnement. Ce modèle du marché concurrentiel est une construction théorique, une représentation simplifiée de la réalité (Robert Mundell parle de « caricature de la réalité ») dont l'objectif est de mettre en lumière les mécanismes qui président à la détermination du prix et de la quantité échangée.

La compréhension du modèle du marché concurrentiel ne nécessite pas d'entrer dans des développements théoriques sur la pensée néoclassique ; il suffit d'en connaître les principales caractéristiques et hypothèses. « La caractéristique clé d'un marché concurrentiel est qu'aucune action individuelle ne peut avoir d'influence notable sur le prix auquel le bien ou le service est vendu »[2], ce qui s'explique par la concurrence entre les vendeurs ainsi qu'entre les acheteurs, très nombreux dans les deux cas, au point que chaque agent économique devient « preneur de prix ». Ce modèle du marché concurrentiel suppose aussi que les vendeurs offrent des produits identiques.

Une formalisation minimale, utilisant notamment des exemples numériques et des outils tels que les graphiques, s'avère utile pour mieux analyser les effets d'un changement de prix ou de quantités (offertes ou demandées) sur le reste de l'économie.

De l'offre et de la demande individuelles au prix d'équilibre sur le marché

On suppose que les offreurs et les demandeurs sont caractérisés par des comportements rationnels de maximisation sous contrainte. Sur les marchés où s'échangent des biens et des services, les offreurs, c'est-à-dire les producteurs, cherchent à maximiser leur profit (cf. question 2.1.) tandis que les demandeurs, c'est-à-dire les consommateurs, cherchent à maximiser leur satisfaction ou utilité (cf. question 1.1.).

[1] Roger Guesnerie, voir bibliographie p. 32.
[2] Paul Krugman, voir bibliographie, p. 27.

L'offre individuelle d'un bien ou d'un service représente la quantité du produit qu'une entreprise est disposée à vendre, compte tenu du prix du marché. Les acquis de la question 2.1 (« Comment l'entreprise produit-elle ? »), notamment les développements relatifs au choix du volume de production et à la notion de coût marginal, permettent de comprendre la forme de la courbe d'offre individuelle. L'entreprise cherche en effet à maximiser son profit, qui augmente tant que la production d'une unité supplémentaire ne lui coûte pas plus cher qu'elle ne lui rapporte, c'est-à-dire tant que le coût marginal ne dépasse pas la recette marginale, à savoir le prix de vente. L'entreprise fixant en conséquence son niveau de production de façon à ce que le coût marginal égale le prix du marché, on comprend dès lors que plus ce dernier augmente plus la quantité offerte par l'entreprise augmente. L'offre individuelle est ainsi une fonction croissante du prix.

La demande individuelle représente, de façon équivalente, la quantité du produit qu'un agent économique est disposé à acheter, compte tenu du prix du marché. Elle a de nombreux déterminants : goûts, revenu du demandeur, prix des biens substituables… et, bien sûr, le prix du bien considéré. Dans la grande majorité des cas, la demande individuelle est décroissante par rapport au prix du marché. Pour l'expliquer, il faut prendre en compte la conjugaison de deux effets : l'augmentation du prix d'un produit réduit le pouvoir d'achat du revenu, si bien que le consommateur achète une quantité plus faible du produit (effet de revenu), et en même temps rend le produit moins attractif, la demande se reportant alors en partie sur d'autres produits (effet de substitution).

L'offre globale et la demande globale s'obtiennent en additionnant respectivement les offres et les demandes individuelles. La représentation graphique met en évidence le fait que, sur un marché concurrentiel, les courbes d'offre et de demande variant en sens inverse se coupent en un point où les quantités demandées égalent les quantités offertes. À ce prix d'équilibre 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 généralement de nombreux acheteurs potentiels sont exclus par le prix, leurs ressources ne leur permettant pas d'accéder au marché.

L'intérêt du modèle du marché concurrentiel

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. La courbe d'offre peut ainsi se déplacer vers la droite du fait de gains de productivité, tandis que la modification du prix d'un bien substituable peut provoquer un déplacement de la courbe de demande. Ce modèle présente aussi une utilité en matière de prévision, puisqu'il permet d'anticiper les réactions des consommateurs aux changements d'incitations, notamment en matière de fiscalité. C'est ainsi qu'une baisse des taxes répercutée sur le prix de vente (à l'exemple de la baisse de la TVA sur les disques en 1987) ou un système de prime (bonus pour l'acquisition d'un véhicule propre) aura tendance à stimuler la demande, de même qu'une hausse des taxes, si elle est répercutée sur le prix de vente, aura tendance à la freiner. Ces effets sont dépendants de l'élasticité de la demande par rapport au prix et ils sont donc plus ou moins forts selon les produits.

La représentation graphique 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 aisément 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. L'évocation du rationnement par file d'attente sera l'occasion de montrer que décider d'allouer 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) conduit à une revente (notamment sur internet) à un prix plus élevé que le prix au guichet.

La compréhension des mécanismes du marché et de la formation des prix est également indispensable pour répondre aux questions touchant au problème économique de l'allocation des ressources : dans le modèle du marché concurrentiel, 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'Etat pour pallier les défaillances du marché et modifier l'allocation des ressources qui résulterait de ses seuls mécanismes (cf fiche 3.4.).

Les gains à l'échange et la notion de surplus

La notion de surplus permet de mesurer graphiquement les gains de l'échange pour les participants, et leur partage entre acheteurs et vendeurs. Le surplus des consommateurs correspond à la différence entre ce que les consommateurs étaient disposés à payer pour le produit et le prix du marché qu'ils doivent payer, soit l'aire délimitée par l'axe vertical du prix, la courbe de demande et la droite horizontale de prix d'équilibre. Le gain des producteurs représente de façon équivalente l'écart entre le prix auquel ils étaient prêts à vendre le produit et celui du marché, soit l'aire délimitée par l'axe vertical du prix, la courbe d'offre et la droite horizontale de prix d'équilibre. Paul Krugman développe une analyse claire et accessible de cette notion de surplus à travers l'exemple du marché des manuels universitaires d'occasion.

RESSOURCES ET ACTIVITES PEDAGOGIQUES PROPOSEES

Activité 1 : La formation de l'équilibre

Finalité : Comprendre la détermination du prix et de la quantité d'équilibre sur un marché concurrentiel.

Étapes et ressources préconisées :

- Pour la construction graphique des courbes d'offre et de demande et la détermination de l'équilibre on pourra bien sûr s'appuyer sur l' un des différents exemples exposés dans les manuels :

  Celui du marché du café en grains longuement développé par Paul Krugman (Voir bibliographie). Celui du marché des barres de chocolat développé par Joseph Stiglitz, (voir bibliographie).
- Par ailleurs un certain nombre de jeux pédagogiques ont été élaborés par des collègues afin de mieux faire comprendre aux élèves la détermination du prix d'équilibre : Voir en particulier « le jeu de la criée » et « le jeu de la bourse » :

  http://www.ac-nice.fr/ses/seances/jeux/marche.htm
- Il est possible aussi de travailler sur le marché boursier en montrant aux élèves qu'il s'agit là d'un marché d'enchères dont le nombre d'intervenants est tel que l'hypothèse d'atomicité est raisonnable.

  On peut construire un exercice permettant de comprendre la formation du cours d'une action (en relation ensuite avec la question 4.2 « Comment l'activité économique est-elle financée ? »). On demande aux élèves de calculer, pour chaque cours, les offres cumulées et les demandes cumulées, puis de déterminer le cours d'ouverture et le nombre de titres échangés.

Activité 2 : Les effets de l'augmentation du prix du tabac sur la consommation

Finalité : Etudier les réactions de l'acheteur au changement des incitations

Étapes et ressources préconisées :

- On pourra par exemple étudier les réactions du consommateur à une augmentation du prix du tabac. Ce sera notamment l'occasion d'introduire ou développer la notion d'élasticité-prix de la demande.

  Les articles de presse abondent, mais on peut aussi se reporter à l'article : « Consommation de tabac : la baisse s'est accentuée depuis 2003 », *Insee Première*, n° 1110, décembre 2006.
- Pour approfondir la question, on peut aussi se référer aux travaux de Pierre Kopp et Thierry Laurent, *L'impact de la fiscalité du tabac sur la consommation et la mortalité*, Centre d'économie de la Sorbonne, Paris 1, août 2006.

  Consultable en ligne : http://www.pierrekopp.com/downloads/Micro%20tabac.pdf

  (Pour son résumé pp. 2-3, sa conclusion pp. 25-26, mais aussi son chapitre IV « impact économique des chocs fiscaux » pp.14-20)

Activité 3 : Équilibres avec rationnement de la demande ou de l'offre

Finalité : Analyse de l'existence de situations de rationnement

Étapes et ressources préconisées :

- Concernant la notion de pénurie (rationnement de la demande), la question du contrôle des loyers est développée dans quasiment tous les manuels : Voir en particulier Paul Krugman qui en fait une présentation très claire, ou encore Joseph Stiglitz (voir bibliographie).
- Concernant la notion d'excès d'offre, on peut se reporter à l'analyse de Pierre Cahuc et André Zylberberg montrant que le salaire minimum doit être suffisamment élevé pour que le travail soit valorisé, mais pas trop pour ne pas dissuader d'embaucher : Cahuc Pierre et

Zylberberg André, *Le chômage, fatalité ou nécessité ?*, Flammarion, 2005 (pp. 65-80 : Chapitre 3 : « Le salaire n'est pas toujours l'ennemi de l'emploi »).

- On pourra encore utiliser un exercice pour illustrer le phénomène de file d'attente.

  Celui que nous proposons est directement inspiré, et librement traduit, d'un article de Kevin Zhang, « Precious News », publié le 7 novembre 2008 sur le blog économique « econblog.aplia.com » (news for economics students) :

  http://econblog.aplia.com/2008_11_01_archive.html

  « La nouvelle de l'élection historique de Barack Obama le 4 novembre a augmenté de façon considérable la demande de journaux datés du 5 novembre. Les gros titres annonçant le nouveau président de la nation ont transformé les exemplaires de ces quotidiens en journaux de collection (« *collector's items* »). Bien que de nombreux éditeurs aient augmenté leurs publications de plusieurs milliers d'exemplaires en anticipant une hausse de la demande pour cette édition post-élection, au prix habituel, l'offre n'a tout simplement pas pu faire face à l'explosion de la demande. Mercredi matin, beaucoup de gens qui voulaient posséder un morceau d'histoire n'ont trouvé que des distributeurs de journaux vides et de longues files d'attente devant les kiosques. De façon non surprenante, des exemplaires des grands quotidiens du 5 novembre ont commencé à être vendus jusqu'à 200 $ sur eBay et Craigslist. […] Quelques quotidiens avaient aussi augmenté le prix de leur édition du 5 novembre. Le Washington Post par exemple avait fixé le prix de son édition spéciale post-élection à 1,5 $ au lieu de 0,5 $. »

  [On peut demander aux élèves de tracer les courbes d'offre et de demande de quotidiens pour un jour ordinaire, puis de représenter sur le même graphique les courbes d'offre et de demande pour cette journée du 5 novembre 2008 et d'analyser la situation.]

Activité 4 : La construction sociale d'un marché parfait

Finalité : montrer aux élèves qu'un marché concurrentiel peut relever d'une construction sociale

Étapes et ressources préconisées :

- On peut reprendre l'exemple désormais classique du « marché aux fraises de Fontaines-en-Sologne » étudié par la sociologue Marie-France Garcia au début des années 1980. Celle-ci montre comment, sous l'impulsion notamment d'un jeune conseiller économique encore imprégné des cours d'économie reçus à l'université, la commercialisation des fraises en Sologne s'est transformée, avec la création en 1982 d'un marché au cadran fonctionnant de manière concurrentielle.

  Garcia Marie-France, « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne », *Les Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 65, 1986, pp. 2-13.

  Disponible en ligne :

  http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1986_num_65_1_2347

- On peut demander aux élèves d'analyser, par exemple sous forme de tableau comparatif, la commercialisation des fraises avant et après l'instauration du marché au cadran, et d'identifier les conditions de la concurrence.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie sélective et commentée à l'usage du professeur

Guesnerie R., *Économie de marché*, Editions le Pommier, 2006.
[« L'équilibre d'un marché isolé » : une présentation très pédagogique du fonctionnement du marché isolé d'Alfred Marshall - pp. 33-36.]

Krugman P., Wells R., *Microéconomie*, De Boeck, 2009.
[L'utilité et l'utilisation des modèles en économie - pp. 65-67 et 88-92 ;
La courbe de demande - pp. 128-139 ;
La courbe d'offre - pp. 142-150 ;
L'offre, la demande et l'équilibre - pp. 153-159 ;
Le surplus du consommateur et du producteur - pp. 178-197 : une présentation très pédagogique et détaillée ;
Les méfaits du contrôle des loyers, et plus généralement des prix plafond - pp. 218-230]

Stiglitz J., Walsh C., Lafay J.D., *Principes d'économie moderne*, De Boeck, 3e édition, 2007.
[Les vertus explicatives du modèle concurrentiel de base - p. 26 ;
Le rationnement par file d'attente - p. 30-31
Les courbes de demande -pp. 51-53; d'offre - pp. 59-60, et la « La loi de l'offre et de la demande - pp. 62-63
Les pertes d'efficacité dues au contrôle des loyers - pp. 83-86, en relation avec la notion de surplus - pp. 202-204.
Présentation claire et synthétique de la notion de surplus du consommateur pp. 107-108 ; pour le surplus du consommateur mais aussi du producteur - pp. 200-202.]

Wasmer E., *Principes de microéconomie*, Pearson, 2010.
[Une analyse plus formalisée, et plus difficilement accessible aux élèves.
L'équilibre offre-demande - pp. 251-265 et la notion de surplus pp. 269-274]