

MARCHE DES BIENS ET SERVICES

Définition

Le marché d'un bien ou d'un service est le lieu de rencontre de l'offre et de la demande où se fixent le prix et les quantités échangées.

Explications

Comme ce lieu n'est **pas forcément un lieu réel**, concret, on peut définir le marché comme la rencontre d'une offre et d'une demande où se fixent le prix et les quantités échangées.

Le marché **peut fonctionner différemment suivant le nombre d'acteurs concernés**, suivant l'information qu'ils détiennent, suivant l'existence ou non de barrières à l'entrée, etc. Les économistes néoclassiques traditionnellement classent les marchés en fonction de la capacité plus ou moins grande qu'ont les acteurs d'influencer le prix du marché. Ainsi la situation de concurrence pure et parfaite fait que le prix est fixé par le marché sans qu'aucun acteur n'ait un quelconque pouvoir de marché. Mais, pour cela il faut qu'il y ait **atomicité [c'est-à-dire une multitude]** du côté des offreurs comme des demandeurs mais aussi libre entrée sur le marché, homogénéité du produit, libre circulation des facteurs de production et information parfaite.

Toutefois, il existe plusieurs types de configurations du marché lorsque le nombre d'offeurs et de demandeurs varie :

	Offre	Grand nombre	Petit nombre	Unicité
Demande				
Grand nombre		Concurrence parfaite	Oligopole	Monopole
Petit nombre		Oligopsonie	Oligopsonie bilatéral	Monopole contrariée
Unicité		Monopsonie	Monopsonie contrariée	Monopole bilatéral

L'idée essentielle est que moins les agents sont nombreux plus ils ont un pouvoir sur les prix pour les faire augmenter (offeurs) ou baisser (demandeurs) par rapport à celui fixé lorsque la concurrence est pure et parfaite.

Mais attention ! Il peut suffire qu'il y ait une possibilité de concurrence, sur un marché - en situation d'oligopole par exemple - pour que les prix se rapprochent de ceux en situation de concurrence pure et parfaite.

Enjeux

Les enjeux liés à cette notion sont très nombreux. Mettons en évidence certains d'entre eux :

1. Le premier enjeu est de **savoir si les marchés des biens et des services remplissent leur fonction de manière optimale**. Il semble être un mécanisme d'allocation des ressources (répartition des ressources en fonction des besoins) plus efficace que le plan (voir l'échec de la planification soviétique) : les entreprises produisent en fonction des besoins sinon elles ne vendent pas et ne peuvent faire des bénéfices (est-ce que cela ne vous rappelle pas la « main invisible » ?) Toutefois des critiques mettent en avant l'aveuglement, sur le long terme du marché, son incapacité à être le moteur d'une croissance à long terme, les entreprises (leurs propriétaires en tout cas) pouvant souhaiter le profit à court terme plutôt que l'investissement (détour de production coûteux à court terme) source de progrès technique et de croissance. Dans ce cas, pourtant, comment expliquer la formidable croissance économique dans les pays qui ont utilisé le marché comme mode de régulation économique de base ?
2. Le deuxième enjeu est de **savoir si les marchés tels qu'ils fonctionnent réellement sont efficaces**. Beaucoup d'économistes néoclassiques estiment que l'intervention de l'Etat (réglementation, fiscalité, etc.) nuit à son bon fonctionnement avec des exemples comme le marché du logement (effet pervers des loyers non libres), le marché des produits alimentaires dans certains PVD (effets pervers des prix maximum), etc. Ces mêmes économistes peuvent mettre en avant, à l'inverse,

les défaillances du marché (voir votre cours de première) en cas de rendements croissants, d'effets externes, etc. pour certains marchés spécifiques.

3. **Le troisième enjeu concerne les relations Etat/marchés.** Si le marché et la libre concurrence sont efficaces, la concurrence n'aboutit-elle pas dans la réalité à un processus de concentration des offreurs qui est la négation de ce marché libre et concurrentiel ? L'opposition Etat/marché est-elle donc si pertinente que cela ? L'Etat ne doit-il pas faire en sorte que le marché fonctionne : règles de la concurrence par exemple ? Ne doit-il pas protéger, à l'inverse, les innovateurs (brevets d'invention) qui seraient trop rapidement dépossédés de leur invention ? N'est-il pas d'ailleurs à l'origine de la création de nombreux marchés (marché des droits à polluer) ?
4. **Le quatrième enjeu est celui des liens entre marchés et inégalités.** Si le marché traite équitablement les agents économiques dans une situation économique identique, qu'en est-il en cas, par exemple, d'inégalités des revenus à la naissance ce qui est la règle dans nos sociétés ? Le marché n'accentue-t-il pas les inégalités ? Car, par définition, il faut un pouvoir d'achat pour acheter ! La concurrence entre demandeurs est-elle donc équitable s'il existe entre eux des inégalités de revenu ? Le marché n'est-il pas aussi un processus d'exclusion des plus pauvres ? Voir notamment l'exemple du logement en France avec l'exclusion d'une partie des personnes les plus pauvres en France du marché du logement privé.
5. **Enfin, jusqu'où développer le rôle du marché ?** Est-ce que toutes les relations économiques doivent être des relations marchandes ? Faut-il, par exemple, faire jouer un rôle au marché dans le domaine de l'éducation, dans le domaine de la protection de santé, de la distribution d'organes, etc. ? N'y a-t-il pas, pour faire le lien avec le point précédent, un risque de creusement des inégalités ? N'y a-t-il pas le risque d'oublier qu'une société est peut-être autre chose qu'une collection anonyme d'individus qui échangent et qui se font concurrence ?

Indicateurs

Il n'existe pas d'indicateur, la notion de marché n'est pas susceptible d'être mesurée !

Erreurs Fréquentes

- Confondre le marché au sens économique du terme avec le marché de votre quartier (même si les deux ont des points communs...).
- L'erreur la plus fréquente est de ne pas comprendre le fonctionnement théorique du marché et confondre le comportement des agents économiques avec la loi de l'offre et de la demande. La quantité demandée est supposée a priori dépendre uniquement du prix : elle est d'autant plus élevée que le prix est bas ; cela résume le comportement théorique des demandeurs. La quantité offerte est supposée dépendre uniquement du prix : elle est d'autant plus élevée que le prix est élevé (plus forte rentabilité de la production). Là est résumé le comportement des offreurs. Cela étant posé, une augmentation de la demande (non liée à l'évolution des prix) se traduit par une plus forte concurrence entre les demandeurs et une hausse du prix sur le marché. A l'inverse, une augmentation de l'offre (non liée à l'évolution des prix) se traduit par une plus forte concurrence entre offreurs cette fois-ci et donc par une baisse du prix du marché.

Sources : d'après <http://ses.webclass.fr/> (+ mise à jour et modifications personnelles)