

A quoi sert la concurrence ?

1. Comment se forment les prix ?

Le prix d'un produit dépend du niveau de l'offre et de la demande pour ce produit. Mais ces derniers dépendent de facteurs multiples. Ainsi la demande/l'offre d'un produit dépend :

- du prix de ce produit : selon ce que l'on appelle la loi de la demande/l'offre, « *toutes choses étant égales par ailleurs* », quand le prix d'un bien augmente, la quantité demandée augmente/diminue. La sensibilité de la variation de la demande consécutive à une variation du prix est mesurée par l'élasticité-prix de la demande.
- du revenu : généralement lorsque le revenu augmente, les possibilités de consommation augmentent, donc la demande augmente également.
- des goûts des consommateurs : plus un produit est apprécié, plus sa demande est forte. Les goûts sont en partie le résultat de la socialisation des individus, donc de processus sociaux.

De même, la demande/l'offre d'un produit dépend :

- du prix de ce produit : selon ce que l'on appelle la loi de la demande/l'offre, « *toutes choses étant égales par ailleurs* », quand le prix d'un bien augmente, la quantité offerte augmente/diminue. En effet, lorsque le prix augmente, certains producteurs qui ne souhaitent pas produire car ils avaient des coûts unitaires de production inférieurs/supérieurs au prix de vente, vont pouvoir réaliser un profit s'ils entrent sur le/sortent du marché. De même, les producteurs déjà présents sur le marché peuvent accroître/baisser les quantités offertes même si elles leur coûtaient plus chères/moins chères à produire.
- des coûts de production : selon un raisonnement similaire, une baisse des coûts de production accroît généralement les quantités offertes/demandées. Les coûts de production dépendent à la fois du prix des facteurs de production et de la technologie.

2. Quel est le rôle de la concurrence dans la régulation des marchés ?

En situation de monopole/concurrence, les variations de l'offre et de la demande entraînent des changements de prix:

- lorsque l'offre augmente ou que la demande diminue, le prix a tendance à baisser/augmenter
- à l'inverse lorsque l'offre diminue, le prix a tendance à baisser/augmenter

Le fait que les prix puissent varier en réaction aux variations de l'offre ou de la demande (on parle de flexibilité/rigidité des prix) peut être vu comme un mécanisme de communication de l'information, qui permet d'orienter les comportements des agents économiques. Ainsi, lorsque le prix d'une matière première comme le pétrole augmente, cela signifie que ce produit devient rare/abondant (qu'il s'agisse d'une insuffisance de l'offre ou d'une progression de la demande), les agents économiques vont être incités à modifier leurs comportements :

- les offreurs vont pouvoir produire davantage (notamment en explorant des nouveaux gisements plus coûteux)
- les demandeurs vont chercher à économiser le pétrole en restreignant leur consommation

Autrement dit, les prix jouent un rôle essentiel dans l'allocation des ressources de l'économie.

Les marchés sont-ils efficaces ?

1. Le marché produit-il toujours les quantités adéquates ? Le cas des externalités

En économie, on appelle « externalité » ou « effet interne/externe » le fait que l'activité de production ou de consommation d'un agent affecte le bien-être d'un autre sans qu'aucun des deux ne reçoive ou ne paye une compensation pour cet effet.

La pollution est un exemple d'externalité positive/négative : lorsqu'un producteur rejette des déchets dans l'environnement (pollution des airs, des eaux ou des sols), il inflige, sans/avec contrepartie, une nuisance aux habitants de la région.

Les innovations technologiques sont un exemple d'externalité positive/négative : l'innovateur, qui a supporté les coûts de l'innovation, peut-être *a priori* imité par des concurrents sans contrepartie.

Sans contrepartie marchande, le responsable de l'externalité ne tient pas compte, dans sa décision, de l'influence de ses actes sur le bien-être des autres. Ainsi, si une usine polluante ne subit aucune répercussion directe des dommages qu'elle cause, le pollueur intègre/n'intègre pas dans son calcul économique les effets positifs/négatifs de son comportement sur l'environnement : au niveau de la société dans son ensemble, il y a donc sur-production/sous-production des activités à externalités négatives. A l'inverse, il y a sur-production/sous-production (voire absence de production) des biens à externalités positives : une entreprise peut décider d'investir/de ne pas investir dans la recherche pour créer une innovation qui sera copiée facilement et vendue moins chère par des concurrents qui en auront/n'en n'auront pas supporté le coût.

En présence d'externalités, les pouvoirs publics peuvent donc être amenés à intervenir, par la réglementation (comme l'instauration de normes de non-pollution) ou par l'incitation. Il s'agit alors "d'internaliser l'effet externe", c'est-à-dire de faire prendre en compte aux agents économiques le coût de leur externalité positive/négative ou le bénéfice de leur externalité positive/négative dans leur calcul économique. C'est ce raisonnement qui peut par exemple expliquer l'instauration d'une taxe/subvention sur les activités polluantes, où la législation sur les brevets qui ne permet de copier une innovation que contre rétribution financière du titulaire du brevet.

2. Le Marché peut-il produire tout type de biens ?

Un bien collectif répond aux deux critères suivants :

- un critère de non-rivalité : cela signifie que la consommation de ce bien par un agent n'entraîne aucune réduction/augmentation des possibilités de consommation de ce même bien par un autre agent ;
- un critère de non-exclusion : il est impossible d'exclure un agent économique de la consommation de ce bien (il est donc impossible de le contraindre à payer/consommer ce bien) ;

L'éclairage public est un exemple type de bien collectif : le fait qu'un passant en profite ne nuit pas aux autres passant, et il paraît difficile de ne réserver l'éclairage qu'à ceux qui le paient. La défense nationale en est un autre exemple. Pour ces biens collectifs, le libre fonctionnement des marchés, généralement, permet/ne permet pas de les produire, ou pas en quantité satisfaisante. Chaque consommateur/producteur ayant intérêt à adopter un comportement de « passager clandestin », aucun agent privé n'a intérêt à s'engager dans la production/consommation de ces biens, puisque l'impossibilité d'en faire payer l'usage empêche a priori la réalisation de tout profit. L'intervention des pouvoirs publics peut donc s'avérer nécessaire pour produire de tels biens : soit les pouvoirs publics organisent eux-mêmes la production de ces biens (qui sont alors financés par l'impôt), soit ils mettent en place une réglementation qui permet la production de ces biens par des producteurs privés.

Il faut noter que le caractère collectif des biens n'est pas fixé une fois pour toutes, et dépend notamment des évolutions technologiques. Si la télévision hertzienne avait les caractéristiques d'un bien collectif (un spectateur regardant une émission ne prive pas un autre de la regarder ; toute personne équipée d'une antenne et d'un poste peut regarder gratuitement les chaînes TV), l'instauration de décodeurs et des bouquets satellites ou numériques a permis l'introduction du critère d'exclusion, permettant de faire payer individuellement/collectivement les consommateurs. A l'inverse, le développement des nouvelles technologies a donné/n'a pas donné à la musique numérique les caractéristiques d'un bien collectif.