**1. La demande**

La demande (d'un bien ou d'un service) représente **la quantité de ce bien ou de ce service que le consommateur est disposé à acheter en fonction de son prix**.  
  
Le comportement du demandeur est, selon les auteurs marginalistes, influencé par une « **loi psychologique** » selon laquelle la satisfaction procurée par la consommation d'un bien augmente avec la quantité qui en est consommée, cette augmentation se faisant à un rythme de plus en plus faible, de sorte qu'il y ait saturation progressive, mais jamais totale. C'est la «**loi de l'utilité marginale** **décroissante** » (l'utilité ressentie pour la dernière unité consommée qui diminue lorsque la consommation augmente).  
  
On considère que les individus ont un comportement **hédoniste**, c'est-à-dire qu'ils cherchent à obtenir la satisfaction la plus grande possible et qu'ils sont **rationnels**, c'est-à-dire qu'ils agissent dans le but d'atteindre cet objectif (document 1).  
Le problème du consommateur est donc de choisir le panier de biens qui maximise son utilité compte tenu de ce qu'il dispose de ressources limitées (ce que l'on appelle la contrainte budgétaire). Ce choix dépend donc de la forme de sa **fonction d'utilité** (de ses goûts) mais aussi du **prix des biens.**

|  |
| --- |
| http://api.cours.fr/v1/api/corpus/data/mtabswf/opd/14465/img/3/8/0/3/380343.jpg |
| **Doc.1**. Consommateur hédoniste et rationnel |

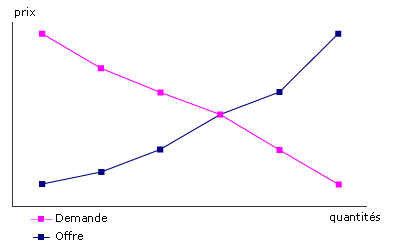
La demande est donc généralement **une fonction décroissante du prix**.  
En effet, les consommateurs sont d'autant plus disposés à acquérir une certaine quantité de biens que le prix en est faible. On rencontre le cas contraire dans des cas très exceptionnels, lorsque l'intérêt porté pour le bien repose essentiellement sur l'importance de son prix (certains biens de luxe).

**2. L'offre**

Corrélativement, l'offre représente **la quantité de biens et de services que les « offreurs » (constructeurs, vendeurs) sont prêts à échanger pour un certain prix**. La fonction d'offre d'un bien met en évidence la relation entre son prix de marché et la quantité de ce bien que les producteurs sont disposés à produire et à vendre. La fonction d'offre est donc croissante par rapport au prix.  
  
Cette **relation croissante entre l'offre et le prix** peut être interprétée de différentes manières : lorsque le prix d'un bien augmente, les producteurs sont incités à accroître leur production, c'est l**'effet de revenu**. En outre, de nouveaux producteurs non compétitifs à un prix plus faible et qui jusqu'alors produisaient d'autres types de biens peuvent se présenter sur le marché lorsque le prix s'accroît, c'est l**'effet de substitution**.  
  
Cependant, d'autres facteurs que le prix déterminent l'offre de marché. Le **progrès technique** permet une augmentation de la productivité et donc, à chaque prix, les producteurs seront disposés à proposer une quantité plus importante. Si les coûts de production baissent, les perspectives de profit s'accroissent et il y a donc incitation à un accroissement de l'offre. De même, si les prix sont élevés, les quantités offertes par les vendeurs seront importantes ; à l'inverse, des prix faibles pourront les dissuader de maintenir l'offre à un niveau élevé en raison de la baisse des profits que peut engendrer une baisse des prix.  
  
Enfin, **l'organisation des marchés et la réglementation des pouvoirs publics peuvent influencer le prix d'offre.**

**3. Le principe de l'offre et de la demande**

Sur un marché, l'offre et la demande évoluent de façon contraire par rapport aux variations de prix. Il existe pourtant un prix pour lequel les quantités offertes seront égales aux quantités demandées : le **prix d'équilibre**. En effet, si le prix d'un bien s'accroît, la demande diminue et l'offre augmente. Donc, pour un certain niveau de prix, l'offre et la demande coïncident.



Le marché est bien le lieu (réel ou fictif) de rencontre des offres et des demandes d'un bien ou d'un service, sur lequel va s'établir ce prix d'équilibre.  
Mais le marché est aussi le cadre dans lequel les agents économiques (producteurs, consommateurs) vont être amenés à effectuer des échanges, selon un certain prix. On le voit, **le prix est donc, à la fois déterminé et déterminant de l'équilibre sur ce marché** selon un mécanisme d'équilibrage de l'offre et de la demande.

**L'essentiel**

Le principe de construction des courbes de **demande et d'offre** conduit à la détermination d'un **point d'intersection unique qui correspond au prix d'équilibre**, prix optimal de réalisation des transactions.

\_\_\_\_\_

Prix en fonction de l’offre et de la demande.

Inflation/Déflation

O > D => baisse P

(Offre > demande = baisse prix)

Salaire moyen :

France : 15€/h

Pologne : 8€/h

Roumanie : 3€/h

Chine : 1€/h : 16h/j

1. Définition du marché

Un marché est un lieu de rencontre réel ou virtuel entre l’offre et la demande, découle un prix.

L’objet de l’échange peut porter sur des biens, des services, du travail, capitaux.

1. La formation du prix d’équilibre

Le fonctionnement du marché repose principalement sur la concurrence dans l’hypothèse la plus simple : le prix joue totalement son rôle de régulateur :

* La demande est une courbe décroissante du prix (si le prix augmente, la demande diminue)
* L’offre est une courbe croissante du prix, à chaque changement des conditions initiales (nouveau concurrent), les offres et demandes peuvent se réajuster sur un nouveau prix d’équilibre, permet d’assurer les grands équilibres économiques en matière d’emploi, capitaux, dans la réalité, le système des prix peut être perturbé par l’imperfection des marchés

Exo :

123

1. Influence du prix sur le comportement des ménages

Les ménages ajustent leur consommation en fonction des prix, pour les télécom à long terme prévoient la possibilité de résilier leur abonnement.

Pour le tabac, la consommation s’adapte (baisse) en fonction du prix (hausse).

1. Identifiez les mesures du groupe PSA pour répondre à la hausse de l’acier

Optimisation des couts avec des usines plus économes et compactes, baisse consommation électricité par voiture produite.

Automobile + légère avec moins d’acier qui pèse lourd sur le prix de la voiture et de production => matière de substitutions

1. Influencer les acheteurs potentiels :

La baisse du prix influence les acheteurs, les arguments comme les matières de substitutions pour baisser le prix de la voiture => écologique et baisse utilisation essence.

III) Internet modifie la relation entre clients et entreprises

Internet favorise entre producteur et consommateur et cela au niveau mondial : forme moderne de la vente à distance. En France, 25% du chiffre d’affaire des entreprises se fait grâce au e-commerce.

Cette technique de vente permet de réduire les couts de production (- d’intermédiaire)

L’information est plus transparente

L’utilisation d’internet permet d’améliorer l’adaptation de l’offre et de la demande, elle introduit une rupture dans le fonctionnement des marchés, appel d’offre et achat aux enchères modifie les mécanisme d’achat.

IV : Le modèle propriétaire et le modèle gratuit

Dans le cas du réseau propriétaire (windows), les droits de propriété sont clairement définis. Les propriétaires du réseau peuvent pratiquer des stratégies tarifaires sophistiquée.

Dans le cas d’un logiciel propriétaire, pour l’éditeur, il faut investir, payer des salariés pour programmer et amortir en vendant le + possible de licence. Le retour sur investissement peut être colossal ou nul.

Dans le cas d’un logiciel libre, l’auteur a rendu le code source librement accessible et librement réutilisable.

V : Le rôle de la monnaie

1. Fonction de la monnaie

La monnaie : c’est une unité de compte qui permet de comparer la valeur des biens entre eux. C’est une réserve de pouvoir d’achat, instrument de politique économique (#leschinois) et c’est sociologique.

1. Les qualités attendues

* Stabilité interne de la monnaie permet de conserver sa valeur dans le temps
* (Le pouvoir d’achat est maintenu)
* L’épargne est possible sans risque de dépréciation
* Une monnaie forte augmente le pouvoir d’achat vis-à-vis du reste du monde
* MAIS à l’inverse cette monnaie forte pénalise nos exportations

Une augmentation de la masse monétaire > croissance de la production (PIB) crée des tensions inflationnistes : pour éviter ce phénomène, la masse monétaire doit augmenter, dans les mêmes proportions que l’inflation.

Les banques centrales ont pour mission prioritaire d’assurer la stabilité interne et externe de la monnaie nationale.

En France, c’est la BCE (Banque centrale européenne) qui décide de l’évolution de la masse monétaire. Une augmentation de la masse monétaire permet de relancer la balance économique mais il Ya un risque du déficit budgétaire.