

Leçon 4

Économie

Les Mots clés : Marché de concurrence – Atomicité – Libre-entrée – Homogénéité – Équilibre de marché – Externalité – Redistribution de revenus.

4.1 Caractéristiques de marché

Le marché portera sur des produits parfaitement identifiés (caractéristiques, qualité, calibre, origine). Ainsi le prix du riz ne sera pas identique selon la variété, la qualité (Bio) ou la provenance/l'origine (du riz pays de l'Artibonite, du riz importé des États-Unis ou du riz Miami). Le marché dépendra aussi des quantités échangées (marché de gros, de demi-gros, de détail) et des circuits de distribution (circuits courts ou longs).

La description d'un marché à un moment donné comporte plusieurs caractéristiques :

- Les produits concernés sont identiques ou hétérogènes.
- Le nombre des vendeurs réels ou potentiels.
- Le nombre des acheteurs réels ou potentiels.
- Les délais de livraison : marché au comptant (physique) ou marché à terme
- Le lieu de livraison : FOB (Franco à bord - Free On Board) ou CAF (Coûts, Assurances et Fret inclus).



FRET maritime et transport international de marchandises

Mais d'une manière spécifique à chaque structure de marché correspondent des caractéristiques principales qui le décrivent. Dans ce cadre, nous ne présentons que les caractéristiques du marché concurrentiel, du Monopole et de l'oligopole



Rizière dans la vallée de l'Artibonite



Usine d'entreposage, de tri et de transformation du café

4.2 Caractéristiques d'un marché de concurrence

- **Atomicité:** Le nombre d'acheteurs et de vendeurs est si grand et (le marché) de taille si réduite qu'aucun d'eux ne peut influencer les conditions du marché et le prix d'équilibre.
- **Libre-entrée:** cela suppose l'absence de toute entrave ou de contraintes à l'accès des vendeurs ou des acheteurs sur le marché. Pas de barrières (juridiques, financières brevets).
- **Homogénéité:** Les produits ou les services échangés sur le marché sont identiques.
- **Information parfaite:** Tous les vendeurs et tous les acheteurs connaissent toutes les informations utiles sur les échanges sur le marché en même temps et sans coût.
- **Parfaite mobilité des facteurs de production:** Pas d'obstacles au déplacement des travailleurs et des capitaux entre différents producteurs ou de secteurs.

Lorsqu'un marché comprend un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs, nous nous trouvons en situation de concurrence. Dans certains cas, lorsque l'information est parfaite et que le produit est parfaitement homogène, on parlera de **concurrence pure et parfaite**.



Libre circulation de gens et de marchandises à la frontière Haitiano-Dominicaine



FRET maritime et transport international de marchandises



Transit de camions de marchandises



4.2.1 Caractéristiques d'un monopole

Lorsqu'il y a un seul vendeur sur un marché, on parle de monopole. Lorsqu'il y a un seul acheteur on parlera de monopsonne. Dans ces circonstances, le vendeur (ou l'acheteur) unique est en mesure de déterminer le prix ou les quantités échangées.

4.2.2 Caractéristiques d'un oligopole

Lorsqu'il y a quelques vendeurs, nous nous trouvons en situation d'oligopole. Dans ce cas, les vendeurs peuvent chercher à intervenir sur le marché en construisant une stratégie qui tienne compte des réactions possibles des concurrents. Pour prendre des parts de marché, par exemple, une entreprise cherchera à déterminer les réactions possibles de ses concurrents, avant d'engager une action (baisse de prix, promotions,...).

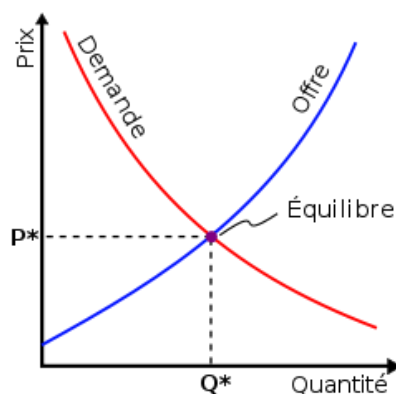
4.3 Equilibre de marché

La loi de l'offre et de la demande représente le modèle principal de l'économie de marché et repose sur l'équilibre de la quantité d'un bien offert et la demande de ce bien. La loi de l'offre et de la demande détermine :

- Le prix d'équilibre est le prix auquel les courbes d'offre et de demande se croisent. A l'équilibre, la quantité offerte et la quantité demandée sont égales.
- La quantité d'équilibre est la quantité pour laquelle la courbe d'offre et la courbe de demande se croisent.



Produit en Rép. Dominicaine et Disponible partout dans les supermarchés en Haïti



Produit en Haïti et entrée très contrôlée en Rép. Dominicaine, pas toujours disponible dans les supermarchés dominicains

4.4 Echec de marché

L'économie de marché fonctionne de manière efficace et efficiente lorsque le prix du marché reflète pleinement à la fois les coûts de production d'un bien ou d'un service et les bénéfices tirés de la production et de la consommation de ce bien ou service. Dans le cas contraire, on parle d'échec de marché ou défaillance de marché lorsque le marché n'arrive pas à produire certains biens de façon efficace et efficiente. Beaucoup d'échecs du marché sont des situations où les forces du marché ne servent pas l'"intérêt public".

Les deux raisons principales de l'échec du marché sont le pouvoir de marché et les externalités.

3.9.1 Pouvoir de marché

C'est le pouvoir qu'un agent économique peut exercer consciemment ou inconsciemment sur le marché. Il représente sa capacité à dicter ou simplement influencer le prix des produits et/ou des services.

3.9.2 Externalité

On parle d'externalités (ou effets externes) lorsque les actions d'un agent économique ont un impact positif ou négatif sur le bien-être et le comportement d'autres agents sans que cet impact ne fasse l'objet d'aucune transaction sur le marché.



. **Les externalités** peuvent se révéler positives ou négatives.

- **L'externalité positive** est un bénéfice qu'un agent tire de l'activité d'un autre agent sans celui-là ne participe directement à cette activité. L'odeur dégagée d'une usine qu'un passant respire agréablement constitue une externalité positive.
- Les infrastructures publiques de transport ou le système éducatif constituent d'autres exemples d'externalités positives.
- **L'externalité négative** est un coût subi par un agent à l'occasion d'une activité à laquelle il ne participe pas directement. La pollution engendrée par un site industriel est un exemple d'externalité négative car l'activité industrielle entraîne des coûts négatifs qui ne sont pas supportés par l'entreprise polluante mais par l'ensemble de la communauté concernée par les conséquences négatives.



4.5 L'Etat

L'Etat est une forme institutionnalisée du pouvoir suprême qui, par le monopole de la violence légitime, crée et maintient l'ordre social. Le pouvoir d'Etat s'exerce dans les limites d'un territoire occupé par une population. En tant qu'institution, il se manifeste concrètement comme un **ensemble d'organes politiques et administratifs**: le gouvernement, le président, le parlement, les administrations, etc. **L'Etat est un acteur majeur** dans une économie de marché.

4.5.1 Rôles de l'Etat dans une économie de marché

L'Etat intervient sur le marché pour assurer le fonctionnement régulier des marchés, pour corriger les imperfections des marchés et pour redistribuer les revenus.

4.5.2 Assurer le fonctionnement des marchés

Mise en situation: Durant ces deux dernières années, votre attention avait sans doute été retenue par des interminables débats médiatiques relatifs au secteur des télécommunications. Le Conseil National des Télécommunications (CONATEL) multipliait ses interventions dans différents médias. Que savez-vous du rôle de cette institution ?



Le CONATEL est l'organe public qui s'occupe de la régulation du secteur de télécommunications. D'autres institutions publiques ont pour tâche de réguler d'autres secteurs. Le Ministère du Commerce et de l'Industrie se charge de contrôler la qualité des produits qui entrent et s'écoulent sur le marché. A ce niveau-là, l'Etat intervient pour faire respecter les contrats et réglementer l'activité économique.



4.5.3 Corriger les imperfections du marché

Mise en situation : Dans les lignes précédentes, nous avons traité de la notion du marché. Nous avons pu découvrir différents types de marché, dont celui de la concurrence pure et parfaite. Il vous est demandé de rappeler les différentes caractéristiques de ce type de marché.

La logique du libéralisme économique veut que le marché soit de type concurrence pure et parfaite, c'est-à-dire un marché répondant aux cinq (5) conditions établies en début de leçon. Dans ce même ordre d'idées, un marché qui serait **entaché d'imperfections** nées du fonctionnement des **monopoles** et des **oligopoles** est un marché qui ne répond pas aux caractéristiques précédemment citées. **L'Etat intervient pour corriger ces imperfections en créant un environnement favorable à la concurrence.** Les mesures sont diverses. Les pouvoirs publics peuvent octroyer des **franchises** ou accorder des **subventions** aux entrepreneurs désireux d'entrer sur un marché dont le nombre d'offreurs est restreint. Ils peuvent également contribuer à éliminer les différentes barrières économiques faisant obstacle à l'entrée de nouvelles entreprises sur un marché donné.

4.5.4 Redistribution des revenus



Mise en situation: Sur une feuille blanche essayez de mettre en regard les éléments de différence entre le fonctionnement d'une école privée (un collège, par exemple) et une école publique (un lycée, par exemple) ?

Il est clair que le fonctionnement de ces deux types d'école diffère sur beaucoup de points. Si les deux possèdent la même mission de formation des élèves, l'on ne peut pas dire autant pour les ressources dont elles disposent. En effet, les professeurs des collèges sont rémunérés par l'administration du collège alors que ceux du lycée le sont par l'Etat ; l'éducation reçue dans une école publique est quasiment gratuite tandis qu'elle est très coûteuse dans une école privée.

L'Etat intervient pour assurer une répartition équitable des revenus et pour prévenir ou résoudre les différents problèmes sociaux et en créant des infrastructures de base telles que des routes, des hôpitaux, des écoles, etc. L'impôt sur le revenu des particuliers ou des ménages est un très bon instrument de redistribution.



Retenons

1. Les caractéristiques d'un **marché de concurrence** sont : Atomicité, Libre-entrée, Homogénéité, Information parfaite et Mobilité des facteurs de production.
2. La loi de l'offre et de la demande représente le modèle principal de l'économie de marché.
3. Lorsque le marché n'arrive pas à produire certains biens de façon efficace et efficiente et les forces du marché ne servent pas l'"intérêt public" on parle **d'échec du Marché**.
4. L'État intervient sur le marché pour assurer le fonctionnement régulier des marchés, pour corriger les imperfections des marchés et pour redistribuer les revenus.
5. Le **CONATEL** est l'organe public qui s'occupe de la régulation du secteur de télécommunications en Haïti.
6. Le Ministère du Commerce et de l'Industrie (**MCI**) se charge de contrôler la qualité des produits qui entrent et s'écoulent sur le marché. A ce niveau-là, l'État intervient pour faire respecter les contrats et réglementer l'activité économique.

A vos crayons



1. Nomme les caractéristiques d'un marché de concurrence.
2. Chez nous en Haïti, à l'occasion des campagnes présidentielles, les candidats de tout bord promettent davantage qu'ils ne peuvent livrer. Ils promettent des routes, des hôpitaux, des écoles, des emplois, de l'eau potable, des ponts, ainsi de suite. Quelle notion économique ignorent ces candidats ?