



MARCHÉ RÉEL ET THÉORIES DU MARCHÉ: INTRODUCTION À LA PROBLÉMATIQUE

Omer KAMBALE MIREMBE*

Résumé:

Cet article présente sommairement différentes approches du marché. Ainsi pour des néoclassiques, le marché est analysé dans une optique de concurrence pure et parfaite; l'offre et la demande sont régulées par le prix.

Les études institutionnalistes défendent l'idée selon laquelle la réalité du marché est mieux analysée à l'intérieur des relations sociales.

Le marché reste une réalité globale à analyser en tant que telle.

Abstract:

The present paper stresses on different approaches of the market analysis. For the neoclassical economics, the market is analysed as the pure and perfect competition. Supply and demand are regulated by the price.

Institutional studies argue that the market reality is well analysed within social relations.

The market is an overall reality to analyse as a whole.

1. INTRODUCTION

L'analyse du système économique distingue généralement comme fonctions économiques de base: la production, l'échange et la consommation. Pour que les biens et services soient consommés, il faut qu'ils soient mis à la disposition des demandeurs. L'échange et la distribution assurent la liaison entre la production et la consommation.

L'échange fait intervenir les notions fondamentales telles que l'offre, la demande, le marché, le prix, le pouvoir d'achat, etc. Nous nous intéressons au marché, comme forme d'organisation des échanges.

Si le marché reste une réalité manifeste, en économie et en sciences sociales en général, le débat porte sur son fonctionnement, l'économie de marché, l'encastrement social du marché, etc.

2. AUTOUR DE LA NOTION DE MARCHÉ.

Aucun individu ne produit tout ce qui est nécessaire à sa consommation. Ce constat pose la nécessité de l'échange matériel ou monétaire pour acquérir les biens dont on a besoin.

* Omer Kambale Mirembe est professeur associé, Faculté des Sciences Economiques, Université Catholique du Gabon.

Marché réel et théorie du marché

Au plan empirique, le marché désigne le « lieu d'échange », l'endroit où on se rend pour s'approvisionner ou vendre. Ces marchés existent partout. Ils jouent un rôle fondamental, celui de contribuer à libérer les individus de la contrainte de produire eux-mêmes tous les biens et services dont ils ont besoin¹.

Au niveau local, on retrouve des petits marchés, des marchés du soir, le marché central, des « échanges après marché », etc. En certains endroits, ces marchés fonctionnent en des jours précis de la semaine. Les foires, les halles, les salons sont également « localisés ».

Par ailleurs, on rencontre le marché d'un bien particulier, le marché des facteurs de production, les marchés financiers etc. Ces derniers sont organisés en bourses.

Comme acteurs, se retrouvent sur le marché: les acheteurs et les vendeurs. De façon plus détaillée, s'y retrouvent également les producteurs, les grossistes, les concessionnaires, les détaillants, les commissionnaires, bref un certain nombre d'intermédiaires. Le degré d'intermédiation peut varier selon le type de biens.

Au plan théorique, le marché désigne la coordination de l'offre et de la demande par le prix², au-delà de diverses formes de marché.

Il y a donc marché, s'il y a rencontre et accord entre offreur et demandeur. L'accord porte sur le prix, les quantités et les modalités de paiement.

Le marché, concept abstrait, implique alors la vente ou l'achat d'un bien ou d'un service. Il est alors vide de référence géographique³. Il s'agit d'une forme d'organisation des échanges par le système des prix. Les éléments d'analyse du marché sont alors: l'offre, la demande, le prix, le revenu. En effet, sur le marché, se règlent et s'ajustent les offres et les demandes de biens.

Dans cette optique, se pose la question du fonctionnement du marché et des conditions de son équilibre⁴. Les déséquilibres peuvent être situés soit du côté de l'offre, soit de celui de la demande. Le modèle d'équilibre général de Léon Walras établit que la concurrence pure et parfaite entraîne l'économie vers une situation d'optimum.

Au plan doctrinal, une distinction est faite entre économie de marché et économie planifiée. L'économie de marché est celle dont le bon fonctionnement est assuré par des mécanismes endogènes, notamment le prix. En économie planifiée, l'Etat intervient sur les déterminants du marché, pour réguler l'activité économique⁵.

¹ ALLEMAND S., *Le marché et ses enjeux*, in CABIN Ph., (coord.), *L'Economie repensée*, éd. Sciences humaines, Auxerre, 2000, p. 90.

² *Ibidem*.

³ GALBRAITH J. K., et SALINGER N., *Tout savoir ou presque sur l'économie*, Seuil, 1978, p. 43.

⁴ ALLEMAND S., art. cit., p. 90.

⁵ *Idem*, p. 92.

Parcours et Initiatives N° 5

Au-delà de diverses formes de relations marchandes, le fonctionnement des échanges s'articule autour de trois éléments: *le marché* comme lieu ou rencontre des demandeurs et des offreurs, *le prix* pour évaluer les échanges, et *la monnaie* comme instrument de règlement des échanges.

3. ECONOMIE DE MARCHÉ

Des économistes ont proposé différents systèmes économiques. C'est le cas de l'économie du marché prônée par les néoclassiques. Ce système économique est tel que les échanges sont régis par les mécanismes endogènes, les mécanismes du marché. Les prix, l'offre et la demande ne sont pas régis par l'Etat ou l'intervention des acteurs en présence, mais par les seules lois du marché. Celles-ci conduisent d'elles-mêmes l'économie à l'équilibre.

Les économistes libéraux ont interprété la notion de « main invisible » d'Adam Smith comme le « mécanisme de prix », qui équilibre naturellement le marché¹. Il faut donc « laisser faire » la loi de l'offre et de la demande, car les marchés s'équilibrent d'eux-mêmes. Le prix constitue le mécanisme qui régule le marché et entraîne à l'équilibre entre l'offre et la demande. L'efficacité du marché est ainsi garantie. Aussi STIGLITZ fait-il remarquer:

*« ce qui sous-tend l'idéologie de la liberté du marché, c'est un modèle souvent attribué à Adam SMITH, qui affirme que les forces du marché (...) guident l'économie vers l'efficacité comme une main invisible ».*²

L'économie de marché est donc liée au néolibéralisme qui prône les mécanismes autorégulateurs du marché comme facteurs de son équilibre et de son efficacité.

Ce système économique est commandé, régulé et orienté par le seul marché. La tâche d'assurer l'ordre dans la production et la distribution des biens est confiée à ce mécanisme autorégulateur. L'économie de ce type suppose des marchés sur lesquels l'offre des biens et services disponibles à un prix donné sera égale à la demande au même prix. La production et la distribution des biens et des services sont régies par les seuls prix. L'autorégulation implique que toute la production est destinée à la vente sur le marché, que tous les revenus proviennent de cette vente. Il existe donc des marchés pour les biens, mais aussi pour le travail, la terre et la monnaie et leurs prix sont appelés respectivement prix des biens, salaire, rente foncière et intérêt. Aucune mesure ou politique n'est autorisée pour influencer le fonctionnement de ces marchés³.

Le modèle d'équilibre en économie de marché a été formalisé par Léon Walras. Il s'agit de l'équilibre en concurrence pure et parfaite. Cette structure de marché est définie par cinq principes : l'atomicité du marché, l'entrée libre sur le marché, l'homogénéité des produits, la transparence des marchés et la mobilité des facteurs de production.

¹ GUERRIEN B., *Dictionnaire d'analyse économique*, La Découverte, Paris, 2002.

² STIGLITZ J.E., *La grande désillusion*, traduit par Paul CHEMLA, Fayard, 2002, p. 130.

³ POLANYI K., *La grande transformation*, Gallimard, 1983, p. 103.

Marché réel et théorie du marché

Il y a concurrence parce que les protagonistes sont nombreux et aucun ne peut influencer les conditions du marché à sa faveur.

Ben Hammouda décrit ainsi le système de marché : le modèle walrassien pur est basé sur deux principes de base à savoir : la concurrence parfaite et la rationalité des agents économiques (...). Les consommateurs et producteurs se rencontrent sur le marché et échangent des biens et des services en respectant les règles de fonctionnement du marché et l'établissement de l'équilibre. Celui-ci va s'établir sur tous les marchés; et on pourra ainsi envisager l'ensemble de l'économie comme un système de marchés interdépendants en situation d'équilibre. Dans la structure walrassienne, les prix sont livrés au jeu de la concurrence. On peut donc dire que les autres structures de marché telles que le monopole, l'oligopole sont des anomalies du marché¹.

Cependant la réalité est telle que la structure de concurrence pure et parfaite est rare. Plusieurs marchés présentent des structures d'oligopoles. En effet, quelques grands groupes dominent ces marchés : c'est le cas des constructeurs aéronautiques, des constructeurs automobiles, des compagnies pétrolières, des sociétés de téléphonie, des producteurs du secteur informatique, etc. Plusieurs secteurs sont caractérisés par une concentration de plus en plus prononcée d'entreprises. Le marché est ainsi contrôlé par quelques groupes qui en influencent les conditions : les prix, l'offre, la demande. A ce propos Galbraith fait remarquer:

« le régulateur impersonnel de la concurrence ne fonctionne plus à partir du moment où quelques grandes sociétés anonymes ont la haute main sur l'activité économique. On se trouve alors en face d'un marché oligopolistique qui s'approprie le pouvoir de fixer ses prix et de se régler lui-même au mieux de ses intérêts. Ainsi, en se développant, le système industriel a détruit les mécanismes du marché qui étaient autrefois sa caractéristique principale »².

Toutefois, nous ne pensons qu'il faille affirmer que les mécanismes du marché ne sont plus à l'œuvre. Il est certain qu'il y a plusieurs structures de marché, pour lesquelles la micro-économie analyse les conditions d'équilibre.

Par ailleurs, il faut également reconnaître les imperfections et les échecs du marché. Les interventions de l'Etat peuvent améliorer l'efficacité du marché. Léon Walras a lui-même posé l'éventualité de l'intervention de l'Etat en économie de marché :

« L'Antiquité a absorbé l'individu dans l'Etat, le Moyen -Age a démembré l'Etat au profit de l'individu, nous avons à notre époque à équilibrer les droits et devoirs de l'individu et de l'Etat. Au point de vue politique, peut-être y a-t-

¹ HAKIM BEN HAMMOUDA, *L'économie politique du post-ajustement*, éd. Karthala, Paris, 1999, p. 187-188.

² GALBRAITH J.K., SALINGER N., op. cit, p. 46-47.

Parcours et Initiatives N° 5

il plutôt à affranchir l'individu ; au point de vue économique, il est urgent de restaurer l'Etat »¹.

L'intervention de l'Etat est manifeste dans l'économie de plusieurs pays. Il peut fixer certains prix, le salaire minimum etc., pour alléger les méfaits de la concurrence. Il n'y a donc pas seulement le marché qui a pouvoir sur les prix. Mais on ne peut de là nier le rôle des mécanismes du marché.

Par ailleurs celui-ci a une portée limitée pour un certain type de bien, comme le fait observer Amartya Sen :

« Pour démontrer l'efficacité du marché, on admet généralement que tout bien (...) peut être acheté et vendu sur le marché (...) ; le mécanisme de marché concerne les biens privés. Le marché a une portée limitée pour fonctionner dans d'autres domaines tels que les biens publics, la défense, l'environnement (...) »².

La réalité impose donc des limites aux prétentions de l'économie de marché. En plus, celui-ci reste une réalité à la fois économique et sociale.

4. LE MARCHÉ, UNE RÉALITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIALE.

Les socio-économistes font remarquer que le marché n'a pas un caractère exclusivement économique. Ils prônent la prise en compte de sa dimension en tant que « construction sociale ».

Les hypothèses de concurrence pure et parfaite sont jugées restrictives par rapport à la réalité. Jean- François Dortier note, à ce propos :

« sur les marchés réels on ne rencontre que rarement des offreurs et demandeurs « atomistiques » ; le plus souvent, les marchés portent sur des réseaux très structurés d'offreurs et de demandeurs : monopoles, oligopoles, monopsones »³.

Il n'y a pas que les mécanismes de prix qui font fonctionner le marché. L'observation empirique de l'économie réelle conduit à constater un fort clivage entre théorie et réalité : phénomènes de monopolisation, échanges non marchands, régulation étatique, marché non capitaliste, règles et organisation nichées au cœur du marché⁴.

Les courants de la socio-économie attirent l'attention sur les diverses dimensions des phénomènes marchands. Le marché ne se réduit pas aux rapports économiques de rencontre entre l'offre et la demande. Mais il faut également reconnaître⁵ :

- L'importance historique des marchés ;

¹ WALRAS L., *Etudes d'économie sociale, théorie de la répartition de la richesse sociale*, édité par Pierre Dockès et al., Economica, Paris, 1990, p. 172.

² SEN A., *Un nouveau modèle économique. Développement, justice, liberté*, éd. Odile Jacob, Paris, 2000, p. 134.

³ DORTIER J.-F., *art. cit.*, p. 100.

⁴ Ibidem.

⁵ LALLEMENT M., *La construction sociale de l'échange*, in CABIN Ph., *op. cit.*, p. 108.

Marché réel et théorie du marché

- Le marché est une construction socio-institutionnelle;
- La logique de marché est limitée par les impératifs tels que la morale, la religion, l'imaginaire.

Au modèle théorique de marché, ces courants préfèrent une description des conditions concrètes d'échanges. Celles-ci sont liées aux acteurs présents sur le marché, comme l'indique Bürgermeier :

« Pour être opérationnel, le marché a besoin d'acteurs dont le comportement est imprégné des institutions. Ce sont les faiseurs de marché (...) qui sont caractérisés par des mentalités qui apparaissent comme conditions préalables à tout fonctionnement de marchés »¹.

Pour expliquer le fonctionnement d'un marché, les économistes mettent classiquement en avant le rôle du prix. La réalité est un peu plus complexe, fait observer Sylvain Allemand² ; le prix constitue certes un élément prépondérant dans le fonctionnement des marchés. D'autres variables interviennent cependant dans la décision d'achat. Il y a d'abord les motivations propres à chaque acheteur qui peuvent le conduire à acquérir un bien à un prix plus élevé. Il y a ensuite la nature de la relation entre le vendeur et l'acheteur. Il y a enfin les enjeux de la communication dans le rapport marchand. Le marché se révèle alors autre chose qu'un simple lieu de coordination de l'offre et de la demande par le prix. Pour les habitants de villages reculés, notamment en Afrique, il est un lieu où l'on prend des nouvelles des uns et des autres. C'est donc aussi un lieu social.

C'est dans ce cadre que Karl Polanyi parle de l'encastrement social des réalités économiques telles que le marché. Les relations sociales entre les coéchangistes peuvent, en effet, influencer les prix, les modalités de l'échange. C'est le cas notamment de l'importance de la confiance, préalable aux relations d'affaires, et des conventions, mise en évidence par le courant institutionnaliste.

Le marché est une réalité à la fois sociale et économique. Il faut éviter d'une part de réduire son fonctionnement à la théorie des prix et d'autre part de vouloir l'expliquer uniquement comme dimension des relations sociales³.

5. CONCLUSION :

Le marché est une réalité manifeste. La théorie économique recourt aux modèles de mécanismes de prix pour en expliquer le fonctionnement. Cependant, les rapports marchands sont également traversés par les rapports sociaux qui influencent les échanges. Le marché, comme d'autres réalités économiques, est multidimensionnel. Les explications néoclassiques, socio-économiques ou institutionnalistes ne s'excluent pas, mais se complètent.

¹ BÜRGENMEIER B., *La socio-économie*, Economica, Paris, 1994, p. 51.

² ALLEMAND S., *art-cit.*, encadré, p. 91.

³ GRANOVETTER M., La notion d'*embeddedness*, in JACOB A., et VERIN H., (coord.), *L'inscription sociale du marché*, Paris, L'Harmattan, 1995, p. 11-12.

Parcours et Initiatives N° 5

C'est un impératif que les théories du marché partent des marchés concrets, intégrant leurs dimensions économique, historique, géographique et socio-anthropologique.

6. BIBLIOGRAPHIE

1. ALLEMAND S., Le marché et ses enjeux, in CABIN Ph., (coord.), *L'économie repensée*, éd. Sciences humaines, Auxerre, 2000, pp. 89-92.
2. BÜRGENMEIER B., *La socio-économie*, Economica, Paris, 1994.
3. DORTIER J.F., Le marché fictif et l'économie réelle, in CABIN Ph. (coord.), *L'économie repensée*, éd. Sciences humaines, Auxerre, 2000, pp. 93-100.
4. GABRIE H., et JACQUIER J.-L., *La théorie moderne de l'entreprise. L'Approche institutionnelle*, Economica, Paris, 1994.
5. GALBRAITH J.K., et SALINGER N., *Tout savoir ou presque sur l'économie*, Seuil, 1978.
6. GRANOVERTER M., La notion d'embeddedness, in JACOB A., et VERIN H., (dir.), *L'inscription sociale du marché*, Paris, L'Harmattan, 1995, pp. 11-21.
7. GUERRIEN B., *Dictionnaire d'analyse économique*, la Découverte, Paris, 2000.
8. HAKIM BEN HAMMOUDA, *L'économie politique du post-ajustement*, Karthala, 1999.
9. LALLEMENT M., La construction sociale de l'échange, in CABIN Ph. (coord.), *L'économie repensée*, éd. Sciences humaines, Auxerre, 2000, pp.107-113.
10. LATOUCHE S., Marché et marchés, in *Cahier des sciences humaines*, vol. 30, n° 1-2, 1994, pp. 35-52.
11. POLANYI K., *La grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, 1983.
12. SEN A., *Un nouveau modèle économique. Développement, justice, liberté*, éd. Odile Jacob, Paris, 2000.
13. SMITH A., *Enquête sur la nature et les causes de la richesse des nations*, Livres III-IV, traduction par Paulette TAIEB, P.U.F., Paris, 1995, pp. 433-788.
14. STIGLITZ J.E., *La grande désillusion*, traduit par Paul CHEMLA, Fayard, 2002.
15. WALRAS L., *Études d'économie sociale. Théorie de la répartition de la richesse sociale*, éditée par Pierre DOCKES et al., Economica, Paris, 1990.
16. WILLIAMSON O.E., Contract and economic organization, in *Revue d'économie industrielle*, n° 92, 2^{ème} et 3^{ème} trimestre 2000, pp. 55-66.