

Chapitre 6 : Faut-il opposer le Marché et l'Etat ?

Activité 1 : La diversité des organisations productives et la distinction production marchande / non marchande

Activité 2 : Du marché stylisé à l'économie de marché

Activité 3 : Les défaillances du marché impliquent l'intervention de l'Etat

Activité 4 : Que doit faire l'Etat dans une économie de marché ?





Activité 1 - Qui produit dans le domaine de la santé ?

Objectifs

- mettre en évidence la diversité des organisations productives
- distinguer production marchande et non marchande

Tableau 1 : Quelques organisations productives dans le secteur de la santé

	<p>http://www.medecinsdumonde.org</p>	
	<p>http://www.mgen.fr</p>	
	<p>Plus de 20 000 officines en France</p>	
	<p>http://www.necker.fr/</p>	

	http://www.dondusang.net	
<p>129.721 médecins libéraux en France en 2011</p> 	<p>Médecins suivant le statut et la spécialité en 2011 (INSEE)</p>	

Travail à faire

✎ 1- Complétez le tableau ci-dessous :

	Biens ou Services produits	Produits marchands ou non marchands ?	Ressources principales de l'organisation	Propriétaire principal de l'organisation : public ou privé ?	Buts de l'organisation (lucratif ou non lucratif ?)
Médecins du Monde					
MGEN					
Pharmacie					
Hôpital					
Établissement Français du sang					
Médecins libéraux (« de ville »)					

✎ 2- Montrez comment les 2 premiers visuels (logo et/ou Images) de médecins du Monde et de la mutuelle MGEN illustrent le fait qu'elles n'ont pas comme objectif principal la recherche du profit.

✎ 3- Placez les exemples vus auparavant dans le tableau suivant :

	Secteur Marchand	Secteur non marchand
A but lucratif		
A but non lucratif		

✎ 4- En choisissant un autre secteur d'activité que celui de la santé (automobile, vêtements...), retrouverait-on une même proportion d'organisations à but non lucratif ? Justifiez.

✎ 5- Donnez des exemples où ce sont des ménages qui produisent des soins de santé, pour eux-mêmes ou pour les autres.

Activité 2 : Du marché stylisé à l'économie de marché

1.1) Découverte du modèle simplifié du marché stylisé à travers un jeu

Document 1 : La microéconomie traditionnelle est une théorie. A ce titre, elle propose une représentation du fonctionnement de la société, qui repose sur un ensemble d'hypothèses censées tenir compte des caractéristiques considérées comme importantes. Les hypothèses ont pour but de décrire l'échange marchand ; elles reposent sur 2 principes : la rationalité individuelle et la concurrence parfaite. En économie, le principe de rationalité signifie que les individus agissent en utilisant au mieux les ressources dont ils disposent, compte tenu des contraintes qu'ils subissent. Cette définition appelle trois commentaires. Tout d'abord, l'individu rationnel ou encore l'*homo œconomicus* est égoïste : il tient compte uniquement de son propre intérêt. Il constitue en outre une unité de décision autonome : son comportement n'est pas déterminé par des habitudes sociales consciemment ou inconsciemment assimilées. Son comportement est défini indépendamment de toute contrainte macrosociale. La définition de la rationalité est donc ahistorique. Enfin, l'individu rationnel est maximisateur, il effectue des choix qui maximisent sa satisfaction.

Un marché est en concurrence parfaite s'il présente quatre caractéristiques. Premièrement, l'atomicité des participants : il comprend un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs dont le volume des échanges individuels est négligeable par rapport au volume global des échanges. Deuxièmement, l'homogénéité du produit : les agents échangent des biens rigoureusement identiques de telle sorte que les acheteurs sont indifférents à l'identité du vendeur. Troisièmement, la libre entrée, pour que les vendeurs ne puissent pas mettre en place une collusion. Quatrièmement, la transparence : les agents sont tous parfaitement informés du prix et de la qualité du produit.

Source : Pierre Cahuc, La nouvelle microéconomie, Repères La Découverte, 1993, pp. 6-7.

✍1- Pourquoi peut-on dire que le modèle du marché est ahistorique et asocial ?

✍2- Reliez afin de comprendre la signification et les implications des hypothèses du modèle du marché :

concurrence	•	La différenciation des produits est exclue car elle est un obstacle à la
<i>Homo œconomicus</i>	•	Comportements rationnels maximisateurs des offreurs et demandeurs
Atomicité	•	Seul le prix et non la qualité du produit guide les échanges
Homogénéité du produit	•	Les échanges selon la <i>main invisible</i> conduisent à un optimum de bien-être
Transparence	•	Aucun agent n'a le pouvoir d'influencer le prix
Libre entrée	•	La concurrence doit être la plus grande possible
	•	Accéder ou quitter le marché est sans coût
	•	Les collusions ou ententes sont exclues car obstacles à la concurrence
	•	Tous les acheteurs et vendeurs sont <i>price taker</i> (et non <i>price maker</i>)
	•	Tous les agents ont la totalité des mêmes informations sur le produit

1.2) La supériorité de l'économie de marché sur l'économie planifiée

Document 2 : Il y a, au départ, une bonne intention : en effet, on peut souvent être choqué par le fait que dans un système de marché on produise d'abord ce qui génère du profit et pas forcément ce qui correspond à des besoins indispensables ; ainsi, on peut avoir une production importante de produits considérés comme peu nécessaires alors que dans le même temps des familles ne trouvent pas à se loger. Dans le cas d'une planification centralisée, on considérera qu'il faut d'abord produire les biens nécessaires, avant des biens moins utiles. Mais cette démarche, pleine de bonnes intentions, peut amener à des résultats désastreux. Ainsi, l'organisme central, le Gosplan, pouvait décider qu'on devait produire une quantité donnée d'automobiles dans l'année (ce sont les objectifs de la planification) ; il transmettait les directives aux entreprises d'automobile mais celles-ci avaient besoin de consommations intermédiaires, d'équipements et de main-d'œuvre pour atteindre les objectifs du plan. Elles retransmettaient donc leurs besoins au Gosplan qui informait les entreprises de fabrication de pneus, de tôles ou autres, des besoins nécessaires ; ces mêmes entreprises voyaient leurs objectifs augmenter et avaient donc des besoins nouveaux qu'elles transmettaient au Gosplan, et ainsi de suite. De fait, et comme on peut s'en douter, les objectifs devenaient très difficiles à atteindre : les entreprises d'automobile, par exemple, n'arrivaient pas à obtenir les pneus ou la tôle nécessaire pour fabriquer leurs voitures ; elles n'arrivaient donc pas à produire dans l'année ce qui était demandé. La manière la plus simple, pour chaque entreprise, de régler le problème fut alors de tricher : il y avait plusieurs manières de le faire :

- D'abord on pouvait surestimer ses besoins en tôles, main-d'œuvre, pneus...de façon à être sûr d'obtenir ce qu'on veut et d'atteindre plus facilement les objectifs du plan. Mais, du coup, d'autres entreprises produisaient des consommations intermédiaires qui n'étaient pas nécessaires. Il y avait donc, au niveau macroéconomique, un grand gaspillage.

- La deuxième technique consistait à ce que l'entreprise automobile produise elle-même les consommations intermédiaires de façon à être sûre de les avoir. Mais pour cela, il fallait utiliser des ouvriers à autre chose qu'à fabriquer des voitures.

- Enfin, on pouvait produire des biens faciles à obtenir même s'ils n'étaient pas de bonne qualité. [...] On a ainsi de nombreux exemples surprenants : une entreprise produisant des pièces en acier inutilisables mais permettant d'atteindre le plan qui avaient été fixé en tonnes ; une autre qui, pour répondre à une directive en mètres de tissu (et non mètres carrés), s'est mise à produire des rubans.

Thierry Rogel, professeur de SES (<http://mondesensibleetsciencesociales.e-monsite.com/rubrique,la-place-du-marche,573874.html>)

Document 3 « Friedrich Von Hayek [économiste autrichien] est un ardent défenseur du marché. Dans une société complexe caractérisée par une division du travail poussée, la « concurrence est la seule méthode susceptible de réaliser la coordination recherchée ». La supériorité du marché tient dans le fait qu'il est le lieu où circulent certes des produits, mais aussi des signaux qui, via les mouvements de prix, révèlent l'état de l'offre et de la demande. [...] Le mécanisme de marché permet donc d'assurer la compatibilité des plans des agents. La libre variation des prix permet la coordination dans le temps des activités individuelles décentralisées. A contrario, Hayek dénonce la planification développée par le socialisme soviétique qui ne peut réunir toute l'information nécessaire à une prise de décision centralisée. Elle ne peut pas davantage anticiper l'évolution des goûts et des besoins des consommateurs, ce qui conduit à des décisions inadaptées [sur-production de biens non désirés par les consommateurs ou, à l'inverse, sous-production de biens fortement demandés].

In Dictionnaire des auteurs de SES, Bréal, 2003, p.113

✍3- Quel est l'élément du marché qui le rend supérieur à la planification selon Friedrich Von Hayek ?

✍ 4- A l'aide d'un exemple de votre choix, montrez que la concurrence incite à améliorer la compétitivité-prix et la compétitivité-hors prix (= qualité via l'innovation).