

La Régulation Par Le Marché

Le fonctionnement du système capitaliste repose sur le marché qui est caractérisé par sa grande diversité.

I- La formation des prix

A- La notion de marché

Le marché est traditionnellement défini comme le lieu de rencontre entre l'offre et la demande. Toutefois avec l'extension des moyens de communication, acheteurs et vendeurs n'ont plus besoin d'être présents aujourd'hui en un même lieu pour négocier.

Les principaux types de marchés sont : les marchés de biens et des services, le marché du capital et le marché du travail mais il peut y avoir aussi le marché des matières premières, de l'énergie, des biens d'équipements,....

B- La loi de l'offre et de la demande : la fixation du prix d'équilibre

Pour la plupart des produits on a : une courbe d'offre et une courbe de demande.

Selon la loi de l'offre et de la demande, sur un marché où la concurrence est suffisante, l'excès de l'offre par rapport à la demande provoque une baisse des prix et, un excès de demande par rapport à l'offre entraîne une hausse des prix. Le prix par ses variations permet de réajuster l'offre à la demande.

On dit qu'il y a absence d'équilibre

- lorsque le prix est au dessus du prix du marché
- lorsque le prix est en dessous du marché

Lorsqu'on juxtapose la courbe d'offre et la courbe de la demande sur un même graphique, l'intersection des deux courbes permet de déterminer la quantité et le prix d'équilibre.

II- Le rôle du prix

Lorsque les prix se fixent librement sur les différents marchés, ce qui n'est pas le cas dans certains pays planifiés comme Cuba, le Viet nam,...., ils remplissent trois fonctions principales :

1-Informer : ils donnent des indications concernant la rareté relative des biens et des services.

2-Inciter : une variation de prix incite les producteurs et les consommateurs à modifier leurs offres et leurs demandes.

Les entreprises surveillent deux sortes de prix : les prix des produits finis et les prix des facteurs de production.

Les consommateurs surveillent les prix des produits finis uniquement. En effet ils font des arbitrages entre les différents postes de dépenses en tenant compte des prix des produits.

Confrontés à une hausse significative d'un produit, ils réduisent généralement la consommation de ce produit et cherchent des produits substituables. Inversement la baisse du prix incite le consommateur à le consommer davantage.

Sauf dans le cas des biens très luxueux et les biens de première nécessité.

3-Assurer l'équilibre sur chaque marché et pour l'économie en général (lutte contre l'inflation).

Il est clair que si le système des prix est faussé du fait de l'imperfection des marchés ou d'une réglementation arbitraire, les agents économiques disposent de mauvaises indications et prennent des décisions qui aggravent les déséquilibres.

III- La formation des prix touristiques

A- Un marché de concurrence non parfaite

4 conditions sont nécessaires pour qu'il y ait la concurrence pure et parfaite. Ce qui n'est pas la réalité du marché du tourisme.

1- L'atomicité : Dans l'hébergement, la restauration, la distribution, les transports, on observe une domination du marché par des chaînes intégrées, par des grands tour-opérateurs ou même par des regroupements avec des chaînes volontaires et par des compagnies aériennes.

2- La fluidité : Malgré les accords de Schengen dans l'espace européen, la libre circulation pour les biens, les services et les capitaux, malgré les principes de libre échange défendu par l'Organisation Mondiale du Commerce, la pénétration d'un marché de l'Union européenne reste difficile. En outre certains pays maintiennent des visas d'entrée. Il y a une absence de mobilité totale des facteurs de production.

3- La transparence : Elle est difficile à réaliser, elle reste faible puisqu'il s'agit d'une activité internationale. Les comparaisons sont hasardeuses, les critères ne sont pas identiques d'un pays à un autre. L'information n'est pas toujours disponible.

4- L'homogénéité : Le consommateur ne peut pas, pour un produit touristique, se déterminer en fonction du prix uniquement. Tous les produits sont différenciés pour que la comparaison ne puisse pas se faire. La différenciation des produits aboutit à une forme de concurrence

B- Un marché inflationniste

D'une manière générale, on observe des tensions inflationnistes : une hausse des prix touristiques supérieure à celle des autres biens et services.

1-Une inflation par la demande : L'arrivée massive et ponctuelle des touristes, l'été, dans les stations balnéaires ou, l'hiver, dans les stations de sport d'hiver, provoque une tension de la demande. Face à ce déséquilibre soudain, l'offre, plutôt inélastique, réagit par une augmentation des prix, ce qui explique la grande différenciation (coût du Kérosène) des prix entre haute et basse saison, bord de mer ou intérieur voire campagne, pieds des pistes ou plus loin,...

Cette différenciation est connue dans tous les modes d'hébergement ainsi qu'au niveau des transports ou des différentes animations.

2- Une inflation par les coûts : Pour un produit semblable, les coûts de production diffèrent selon les opérateurs, privés ou publics, mais aussi selon les entreprises.

Les coûts de production sont d'autant plus lourds que les coûts fixes sont importants (poids de l'investissement, la nécessaire informatisation de tous les professionnels a poussé les coûts à la hausse, crédit bail,...), ainsi que les charges sociales (cas des hôteliers et restaurateurs). Ces charges fixes viennent s'ajouter aux charges indirectes de production auxquelles on ajoute les coûts de distribution.

La taille de l'entreprise ou du groupe a un impact direct sur la répartition de ces coûts. Les tours-opérateurs nord-européens ont davantage développé le tourisme de masse qui s'accompagne généralement d'une standardisation des produits. Ils ont systématiquement cherché à faire des économies d'échelle. Les prix ont bénéficié des gains de productivité réalisés.

IV- Les limites de la régulation par le marché

Le marché n'est pas toujours, et en tout lieu, un moyen parfait de régulation de l'économie. En plus du non respect des conditions de la concurrence pure et parfaite on peut trouver d'autres raisons :

1-Instabilité et myopie des marchés : Certains marchés sont spéculatifs : Bourse, change, immobilier, matières premières,... Les opérateurs ne voient pas quel peut être le prix d'équilibre et cela rend difficile toute prise de décision.

2-L'existence d'effets pervers : Lorsqu'une activité économique s'accompagne d'effets externes, pollution,... ceux ci ne sont pas répercutés dans les prix, c'est pourquoi l'Etat peut être amené à taxer les automobiles ou les industries polluantes.

3-La production de biens collectifs : Certains biens ne permettent pas une tarification individuelle : les ponts, l'éclairage public, les routes,... Ces biens ne peuvent donc pas être produits pour leur propre compte par les entreprises privées sur la base des prix du marché.

4-L'existence de marchés non concurrentiels :

- L'oligopole : il y a un petit nombre de vendeurs sur un marché avec beaucoup d'acheteurs. Deux types d'oligopoles sont présents : L'oligopole avec coordination dans lequel les vendeurs s'entendent sur la qualité, les quantités et les prix qui se fixent alors de la même manière qu'en situation de monopole.

L'oligopole sans coordination dans lesquels les vendeurs pratiquent une guerre des prix et sont antagonistes sur les marchés. C'est la concurrence, les producteurs cassent les prix et vont éventuellement jusqu'à vendre à perte, ce qui est interdit par la loi.

- Le monopole : un seul vendeur, c'est une situation interdite en France, sauf pour les entreprises appartenant à l'Etat pour quelques temps encore car avec l'Europe il n'y aura plus de monopole. France Telecom l'a perdu et EDF est en train de la perdre.

Dans cette situation le producteur détermine le prix qu'il souhaite sans trop exagérer pour ne pas décourager les acheteurs, qui se tourneraient vers de produits de substitution.

- La concurrence monopolistique : la concurrence se fait par la différenciation du produit : image, caractéristiques techniques, qualité, prix,...

5- L'intervention de l'Etat dans la fixation des prix

Les prix ne se forment pas tous en économie de marché par le seul jeu de l'offre et de la demande. On assiste souvent à une intervention de l'Etat, dont l'ampleur et l'intensité sont variables et les raisons multiples et souvent contradictoires :

- L'Etat prend parfois des mesures en faveur des producteurs : éviter une baisse des prix, protéger les entreprises de la concurrence étrangère, maintenir un certain niveau de vie,...
- L'Etat prend parfois des mesures en faveur des consommateurs : diminution des prix des produits de première nécessité, blocage des prix des loyers,...
- L'Etat intervient en fixant le prix du travail : SMIC