

Géographie générale des marchés

Paul CLAVAL

AVANT-PROPOS	9
INTRODUCTION	11
TITRE PREMIER. — Théorie géographique des marchés	21
Chapitre 1. — Problèmes de méthode	23
Chapitre II. — Notions élémentaires d'analyse économique	25
1. — Le sujet économique	25
II. — La théorie de la valeur et du choix économique	27
III. — La demande d'un bien	28
IV. — L'offre d'un bien	30
V. — L'offre, la demande et l'équilibre de la firme	32
Chapitre III. — Définitions et problèmes	39
1. — La notion de marché	39
II. — Classification et grands types de marchés	40
Chapitre IV. — L'analyse des marchés ponctuels	43
A) Éléments de différenciation des marchés	43
B) Le marché de concurrence pure et parfaite	45
C) Les marchés de concurrence imparfaite	49
D) Marchés à arbitre. — Marchés organisés	52
E) Les marchés autoritaires. — Les marchés socialistes	54
Conclusion	55
Chapitre V. — Les marchés étendus	57
A) Espace et fonctionnement des marchés	58
I. — Les coûts de transport	58
II. — La portée des biens	59
II. — La transparence des marchés étendus	61
IV. — Types de fixation des prix et étendue du marché	62
B) Les Types de marchés étendus	63
I. — Les situations de concurrence spatiale. Les réseaux de marchés juxtaposés	63
II. — Les réseaux de marchés hiérarchisés	71
III. — Les marchés diffus	74
IV. — Les oligopoles en chaîne	75
V. — La différenciation des produits	77
VI. — La différenciation des tarifs de transport	78
VII. — La différenciation des prix	78
VIII. — Les cartels, les monopoles et l'organisation de l'espace par une autorité privée	
IX. — L'aménagement de l'espace par une autorité publique : les marchés organisés a et les marchés en économie socialiste	
Chapitre VI. — Les marchés et la localisation des zones de production et de consommation .	
I. — La production et le marché : l'étude de von Thünen	91
II. — Les applications des idées de von Thünen	95
III. — Les complications apportées par les frontières	97
IV. — La zonation des espaces urbains	100
V. — La localisation des marchés	101
VI. -- Organisation des marchés et localisation de la production	102
TITRE DEUX	109
Chapitre I. — Les grands traits de l'évolution des marchés	111
1. — Les origines	111
II. — Le rôle de l'Autorité dans le développement des marchés	112
III. — Les modalités et les buts de l'intervention de l'Autorité	113

IV. — Les préoccupations sociales et la transparence des marchés	114
V. — L'ancienneté des grands marchés	115
VI. — Le rôle des organisations unilatérales dans l'échange d'information sur ces grands marchés	116
VII. --- L'apparition et le rôle des intermédiaires de marché	117
VIII. --. Intermédiaires de commerce et transparence du marché en Orient.....	118
IX. — Les révolutions des transports, de l'information, des marchés	119
X. Groupes privés et marchés	122
XI. — Marchés et nations	123
 SOUS-TITRE I. — Marchés de facteurs de production et marchés de services	 127
 Chapitre II. — Les marchés fonciers	 129
I. — La diversité des droits fonciers	129
II. — Rigidité de l'offre, rente et prix des terres	131
III. — Transparence et étendue du marché	134
IV. — La spéculation	136
V. — La géographie des prix de la terre.....	139
VI. — L'intervention fiscale	143
VII. — Les interventions directes	144
VIII. — Le cas des économies socialistes	146
 Chapitre III. — Les marchés de main-d'œuvre	 149
I. — Une offre rigide et peu mobile	149
II. — Une demande plus élastique	153
III. — La transparence des marchés du travail	154
IV. — Fixation et géographie des salaires	156
V. — Les salaires en U. R. S. S.....	160
Chapitre IV. — Marchés monétaires, marchés financiers :	163
A) Les marchés monétaires	164
I. — D'une offre rigide à une offre élastique	164
II. — Banques de dépôts et monnaie scripturale	167
B) Les marchés financiers	172
I. — Les bourses de valeur	172
II — L'organisation spatiale des marchés financiers	173
III. -- Le rôle de l'Etat	175
IV. - Les capitaux en économie centralisée	176
Chapitre V. — Les marchés de service	179
I.- Classements des marchés de service	179
II Les marchés de services et la distance	180
III.-- Les marchés de service et l'organisation régionale de l'espace	184
IV.---Les prix sur les marchés des services	189
Chapitre VI. - Les marchés de transports	193
I. — Les caractères communs des marchés de transport	194
II. - Le marché du transport maritime	197
III. -- Les marchés des transports aériens	201
IV. — Les transports continentaux : routes et voies navigables	220
VI. — Les moyens spécialisés de transport d'énergie	222
 SOUS-TITRE II. — Marchés de produits agricoles et industriels	 233
Chapitre VII. — Les marchés de produits alimentaires	235
A) Les traits généraux des marchés agricoles	235
I. — Une offre atomistique	235
II. — Une offre rigide	236
III. — Une offre incertaine	238
IV. — La compensation géographique des irrégularités de la production 239	
V. — Une demande rigide	242
VI. — Intervention et organisation des marchés agricoles du marché international aux marchés nationaux	243
B) Le fonctionnement des marchés agricoles	248
I. — Définition du produit et transparence du marché	248

II. -- Les marchés de céréales	249
III. — Les marchés de la viande	253
IV. — Le marché du vin	255
V. - Les marchés de fruits et légumes	256
VI. -- Les intermédiaires de marché	262
C) L'organisation des marchés agricoles	264
I. — Frontières et organisation des marchés	264
II. — L'action sur l'offre	267
III. — L'action sur la demande	268
IV. — La direction souple Dar les prix	270
V. — L'organisation autoritaire du marché	274
D) Les « marchés agricoles » dans le monde soviétique	277
Annexe : les marchés de fruits et légumes en France	283
Chapitre VIII. — Les marchés de matières premières industrielles	297
I. — Les grandes classes de matières premières	297
II. — Une facile définition des produits	298
III. — Le progrès technique et les mutations de l'offre et de la demande	299
IV. — Intégration des industries et déclin des marchés de matières premières	300
V. — Le rôle des échanges internationaux	302
VI. — Les marchés de matières premières pondéreuses	305
VII. — L'évolution des marchés de matières premières de valeur élevée le rôle du marché de Londres	306
VIII. — Les marchés concurrents de la Cité	308
IX. — Le rôle croissant des marchés diffus	310
X. -- Organisation privée et organisation publique des marchés de matières premières .	313
XI. — Les marchés de l'énergie	314
XII. — Les matières premières en économie socialiste	316
 Chapitre IX. — Les marchés de produits manufacturés	 319
I — Biens d'équipement et biens de consommation courante ou durable	320
II. — Normalisation et économies d'échelle	320
III. — Définition du produit, vente sous marque et transparence du marché	321
IV. — Développement de l'industrie et protection douanière	323
V. — Le mécanisme de fixation du prix	325
VI. — Les ventes C. I. F. Les prix imposés	325
VII. — Pièces détachées, réseaux d'entrepôts et cloisonnement des marchés	327
VIII. — Obsolescence, vieillissement et marchés d'occasion	329
IX. — Les marchés soviétiques de produits manufacturés	333
 CONCLUSION	 337
 Index bibliographique	 341
 Table des figures	 353