

Cours complet EMI

Chapitre 1: L'OFFRE ET LA DEMANDE

INTRODUCTION

Le but de cette leçon est de parvenir à une compréhension de la manière dont les marchés fonctionnent, les prix sont établis et les transactions se produisent. Les deux forces du marché, l'offre et la demande, sont définies et expliquées. Le point d'équilibre est étudié. Des conclusions et des applications sont proposées.

MARCHÉ

Les marchés existent afin de faciliter les échanges de produits, services ou ressources. Les acheteurs et les vendeurs y sont présents ensemble, et expriment leur désir d'acheter ou de vendre en annonçant leur prix d'offre et de demande pour différentes quantités. Même si une transaction n'a pas lieu, l'information se traduit par une évaluation du produit.

Un exemple d'un marché est celui de la bourse des valeurs de New York. Son but est de faciliter l'achat et la vente de valeurs. Les transactions ne sont pas exécutées par les acheteurs et vendeurs eux-mêmes, mais par des courtiers et des revendeurs, en leur nom. Les prix des transactions quotidiennes sont publiés dans beaucoup de journaux dans tout le pays parce que les marchés font office d'évaluation des marchandises, ou dans ce cas-ci, des valeurs boursières.

DEMANDE

La demande est l'expression de la volonté et de la capacité de l'acheteur potentiel à acquérir certaines quantités d'un article à divers prix possibles que celui-ci peut raisonnablement offrir. La demande peut être imaginée comme étant une gamme de prix et de quantités correspondantes dans l'esprit de l'acheteur.

Les courtiers de la bourse des valeurs de New York gardent des livres dans lesquels ils inscrivent les commandes de divers clients: combien d'actions et à quel prix. Une telle liste est une illustration de ce que ce courtier (au nom de ses investisseurs) est disposé et capable d'acheter.

LOI DE LA DEMANDE

La loi de la demande postule que le rapport entre le prix et la quantité, dans l'esprit de chaque acheteur, est inversé. La loi de la demande est représentée graphiquement par une courbe descendante. Celle-ci est expliquée par la diminution de l'utilité marginale, l'effet de revenu, l'effet de substitution et à l'aide de l'analyse des courbes d'indifférence.

Un détaillant serait certainement très intéressé de savoir ce que ses clients sont disposés à payer pour ce qu'ils veulent acheter. Une telle connaissance permettrait au magasin d'évaluer ses produits d'une manière plus efficace. C'est la raison pour laquelle les études de marché sont conduites pour déterminer quel type de clients sont prêts à acheter et à quel prix.

RAISONS DE LA LOI DE LA DEMANDE

La loi de la demande peut être expliquée par

- l'obstacle à la consommation que le prix représente,
- l'utilité marginale qui diminue,
- l'effet de revenu et l'effet de substitution lorsque les prix changent.

Elle peut également être dérivée de la diminution du taux marginal de substitution des courbes d'indifférence.

Périodiquement, tous les grands magasins ont des jours de soldes où les prix sont réduits sensiblement. Le but de cette réduction de prix est de se débarrasser de vieilles marchandises et de stimuler les achats des clients (qui pourraient en même temps acheter beaucoup d'autres articles). Ainsi, les magasins tirent profit de la loi de la demande : des marchandises qui seraient autrement difficiles à vendre sont vendues parce que les clients sont disposés à payer un prix inférieur.

EFFET DE REVENU

La loi de la demande peut être expliquée en observant que le changement inattendu des prix affecte le pouvoir d'achat des consommateurs. Si le prix est inférieur à celui prévu, un excédant de revenu est libéré, ce qui permet au consommateur d'acheter plus. Une augmentation inattendue des prix, réduit le pouvoir d'achat des consommateurs et les fait acheter moins.

Quand une mère de famille va au supermarché pour acheter des produits d'épicerie, et découvre une réduction du prix d'un des produits qu'elle avait l'intention d'acheter (en raison d'une solde spéciale par exemple), cela lui donne une sensation d'être plus riche. En effet, elle peut acheter plus avec l'argent qu'elle avait au départ. C'est l'effet de revenu.

EFFET DE SUBSTITUTION

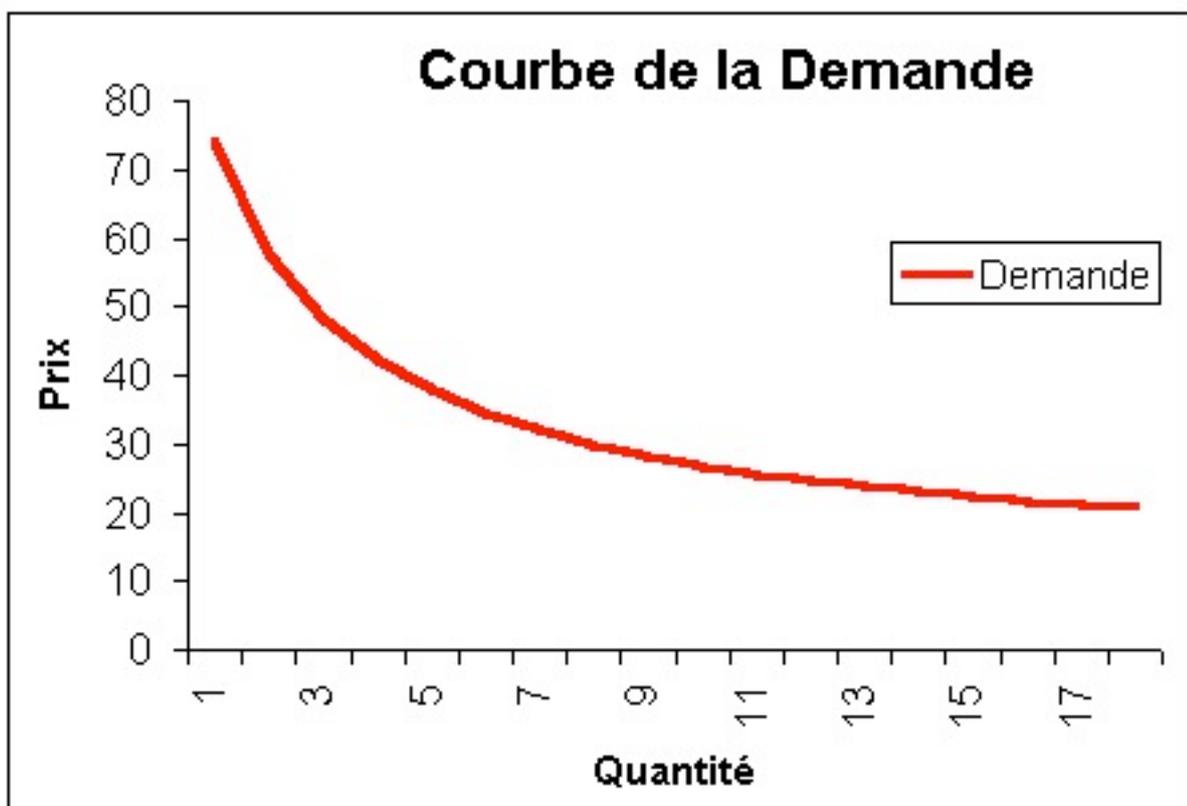
La loi de la demande peut être expliquée par l'effet de substitution. Si le prix d'un bien est inférieur que celui prévu, cela apparaît au consommateur comme une occasion ne pas manquer par comparaison des marchandises qui restent au prix fort. Le consommateur modifie temporairement son comportement en substituant des articles qui lui semblent être des bonnes affaires par rapport aux articles à prix fort.

Supposez qu'un client oscille entre des côtelettes de porc et du bifteck avant d'entrer dans un supermarché. Si les côtelettes de porc ont une promotion spéciale à un prix réduit, alors que le bifteck n'en a pas, ceci est certainement susceptible d'inciter le client à acheter les côtelettes de porc. C'est une illustration de l'effet de substitution.

GRAPHIQUE DE LA DEMANDE

La loi de la demande est représentée graphiquement par une courbe descendante qui est la conséquence des facteurs suivants : lorsque le prix diminue, la quantité augmente, et vice versa.

Graphique G-MIC1.1



DEMANDE DU MARCHÉ

La demande du marché est la somme totale de toutes les différentes demandes individuelles.

CAUSES DÉTERMINANTES DE LA DEMANDE

Le prix est la cause déterminante principale de la quantité exigée. Les causes déterminantes de la demande non-liées au prix sont:

- le nombre d'acheteurs,
- le goût,
- le revenu,
- le prix d'autres marchandises (complémentaires ou de substitution), et
- attentes sur les prix futurs.

La publicité prouve que les clients peuvent être incités à acheter les produits pour de multiples raisons. L'incitation par excellence reste néanmoins le prix.

BIEN INFÉRIEUR

Une augmentation du revenu a généralement pour conséquence l'augmentation de la

consommation de la plupart des marchandises: ces marchandises sont désignées comme marchandises normales ou supérieures. Il y a quelques marchandises pour lesquelles le modèle est renversé: une augmentation du revenu cause une diminution de la consommation. Ces marchandises sont connues en tant que marchandises inférieures ou marchandises de Giffen (qui est l'économiste qui a démontré l'existence de tels produits). Le plus souvent, ces marchandises inférieures correspondent dans l'esprit des individus aux périodes difficiles, telles que les périodes de guerre.

PRIX DES MARCHANDISES RELATIVES

Le prix des marchandises relatives affecte la demande d'un article de deux manières opposées suivant que les marchandises sont perçues par les acheteurs comme étant complémentaires ou de remplacement.

MARCHANDISES COMPLÉMENTAIRES

Les marchandises sont complémentaires quand leur consommation est liée l'une à l'autre. Par exemple, automobiles et pneus: des pneus sont vendus que parce que des automobiles sont vendues, et vice versa. L'augmentation du prix des automobiles causera moins d'achat d'automobiles, et ainsi, moins de pneus. Le rapport entre le prix des automobiles et la quantité des pneus est inverse.

Pneus et voitures, balles et pistolets, lampes et abat-jour, crèmes et cafés, clous et marteaux, écrous et boulons, sont tous des articles qui vont ensemble. Ce sont les marchandises complémentaires.

MARCHANDISES DE REMPLACEMENT

Les marchandises de remplacement sont des marchandises qui peuvent être remplacées l'une par l'autre dans l'esprit du consommateur. Par exemple, le thé et le café sont des marchandises interchangeables pour beaucoup de consommateurs (mais pas pour tous). Si le prix du thé monte, les achats du thé diminueront et les achats du café augmenteront. Ainsi, le rapport entre le prix du thé et de la quantité de café est direct.

Beurre et margarine, thé et café, taxi et autobus, stylo et crayon, hôtel et motel, radio et phonographe, sont tous des articles qui, pour la plupart des personnes, peuvent être remplacés l'un par l'autre. Ce sont des marchandises de remplacement.

LA QUANTITÉ EXIGÉE

Un changement de n'importe laquelle de ces causes déterminantes non-liées au prix entraîne un mouvement total de la demande des consommateurs. Graphiquement ceci peut être montré comme un décalage de la courbe de la demande vers la droite (ou vers la gauche). Ces mouvements dans la demande totale doivent être distingués des mouvements le long de la courbe de la demande qui sont causés par des changements de prix: un changement du prix cause seulement une modification de la quantité exigée, mais la gamme entière de prix et quantités de la demande reste la même.

La disponibilité de nouveaux produits peut changer le goût des consommateurs. Il n'y a pas bien longtemps, les calculs complexes étaient faits avec des règles à calculer. Avec l'arrivée des calculatrices, les clients n'étaient plus satisfaits des règles à calculer.

L'OFFRE

L'offre est la volonté et la capacité des vendeurs ou des fournisseurs à vendre des quantités différentes possibles d'un produit à tous les prix raisonnables.

L'offre est ce que nous devons offrir. Nous avons tous du temps et des qualifications à offrir à nos employeurs. Pour certains d'entre nous, le nombre d'heures de travail peut changer de jour en jour ou de semaine en semaine. Mais, le plus souvent, si des heures additionnelles de travail sont exigées, nous pouvons nous attendre à un prix plus élevé, c.-à-d., une indemnité d'heures supplémentaires

LOI DE L'OFFRE

La loi de l'offre postule que le rapport entre le prix et la quantité dans l'esprit de chaque vendeur ou de chaque producteur est direct. Les augmentations du prix entraînent des augmentations de la quantité offerte.

RAISONS DE LA LOI DE L'OFFRE

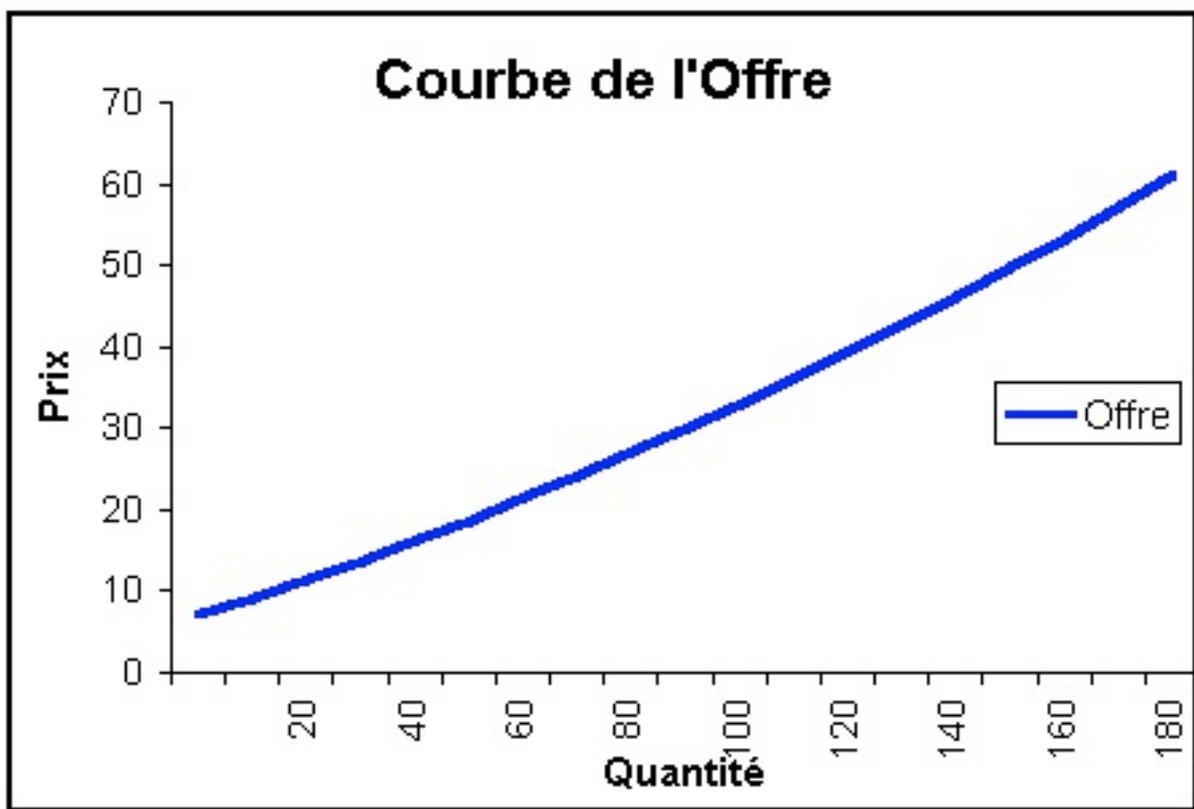
La loi de l'offre est expliquée par

- la motivation de tout vendeur ou producteur à vendre plus, et
- l'augmentation des coûts de production (en raison de la loi du rendement décroissant).

GRAPHIQUE DE L'OFFRE

La loi de l'offre peut être montrée graphiquement par une courbe ascendante. Quand le prix augmente, la quantité augmente; ainsi, le rapport direct est vérifié.

Graphique G-MIC1.2



CAUSES DÉTERMINANTES DE L'OFFRE

Le prix est la cause déterminante principale de l'offre. Les causes déterminantes non-liées au prix sont:

- le nombre de vendeurs ou de producteurs,
- les coûts de production (impôts y compris),
- la technologie (puisque'elle affecte les coûts),
- les prix d'autres marchandises (comme sources des bénéfices potentiels),
- les anticipations (mais l'effet est ambigu).

Retournant à l'employé fournissant ses heures de travail, la bonne volonté de l'employé d'accepter le programme changeant des heures de travail est susceptible de dépendre du temps consacré à d'autres besoins (comme loisirs, famille, passe-temps). Néanmoins, la cause déterminante principale est le prix - ou salaire - prévu.

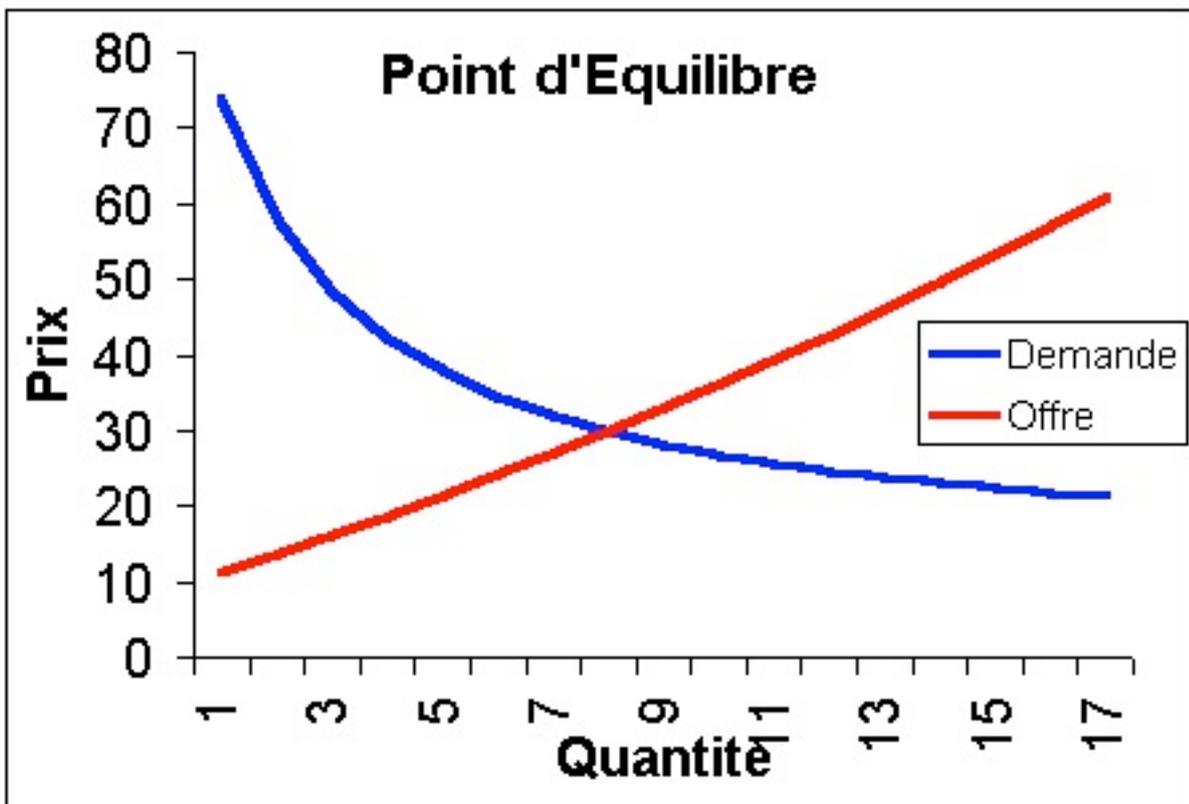
LA QUANTITÉ A FOURNIR

Un changement de n'importe quelle cause déterminante non-liée au prix de l'offre change le programme entier d'offre et décale la courbe de l'offre. Ce décalage de la courbe de l'offre doit être distingué du mouvement le long de la courbe elle-même quand le prix est changé: ceci modifie seulement la quantité fournie (pas l'offre).

ÉQUILIBRE

L'équilibre de prix et de quantité, c'est le point où les courbes de demande et d'offre se coupent. Pour tout prix au-dessus de cet équilibre, la quantité fournie excède la quantité exigée, ce qui entraîne un excédent (et aucune transaction entre l'acheteur et le vendeur). Pour tout prix au-dessous, la quantité exigée excède la quantité fournie, ce qui entraîne une pénurie. Seulement à l'intersection de la demande et de l'offre, les quantités exigées et fournies sont égales. L'équilibre de prix et de quantité est stable.

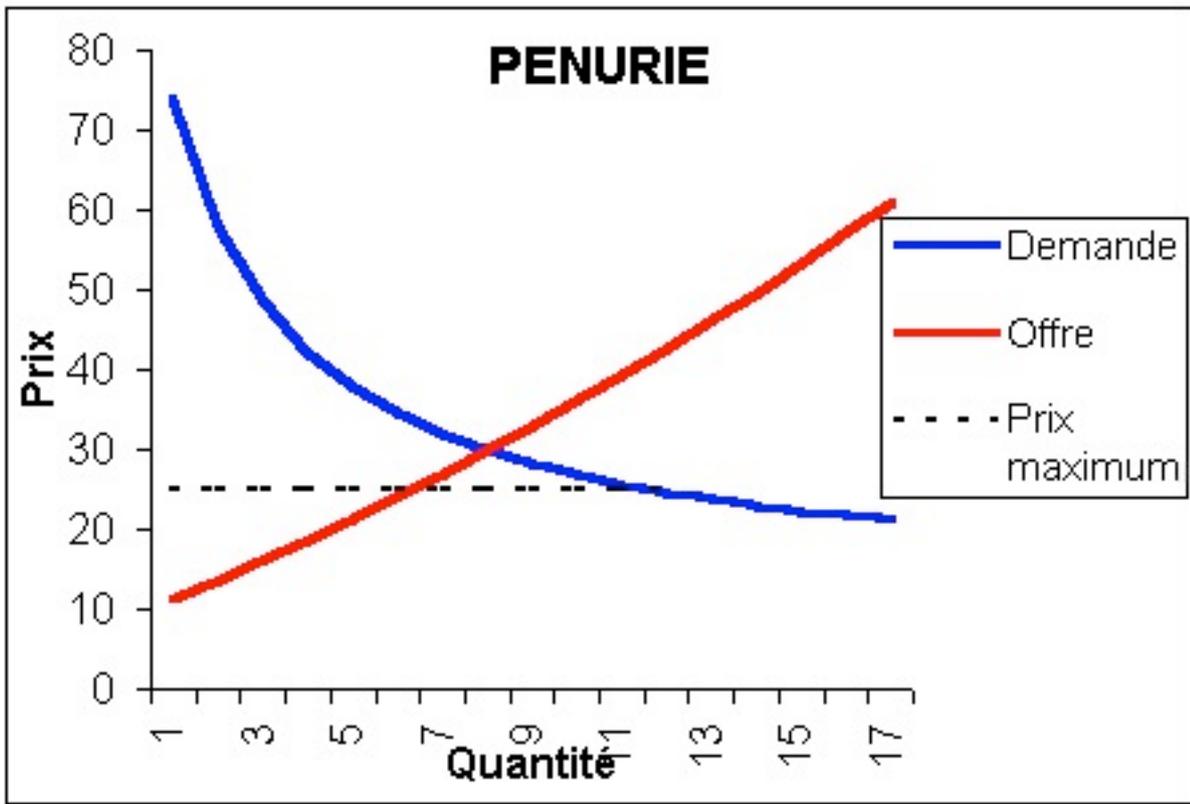
Graphique G-MIC1.3



PENURIE

Une pénurie signifie que la quantité exigée excède la quantité fournie. Une pénurie existe si le prix est au-dessous de l'équilibre. Si le marché est libre, une pénurie disparaîtra à mesure que le prix augmente. La pénurie continuera lorsque le marché n'est pas libre; par exemple, si le gouvernement a institué un plafond de prix et que celui-ci est au-dessous de l'équilibre. Par contre, si un prix plafond est au-dessus de l'équilibre, il n'a aucun effet sur le marché.

Graphique G-MIC1.4

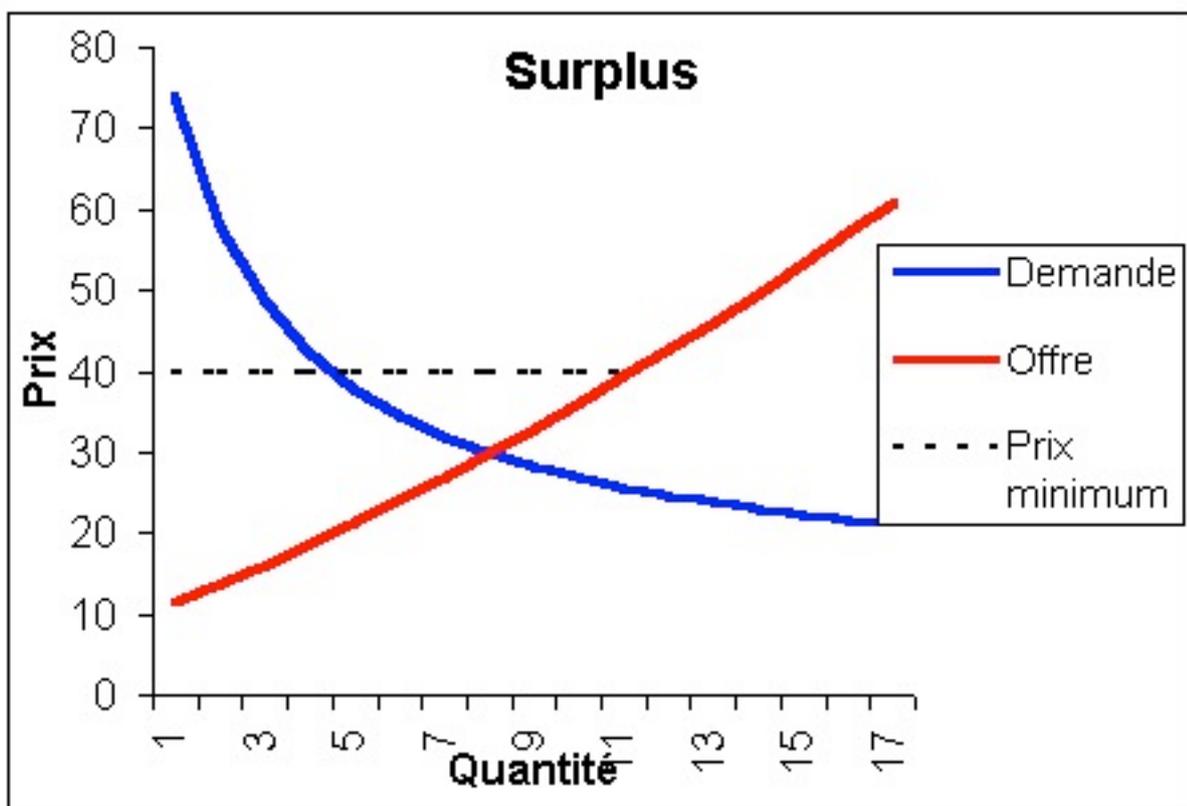


Beaucoup de villes ont des lois de contrôle des loyers pour s'assurer que les personnes pauvres puissent trouver des appartements qui soient dans leurs moyens. Mais les propriétaires ne trouvent pas de tels appartements à loyer contrôlé soient profitables, et convertissent parfois leurs bâtiments en co-propriété. Ceci réduit le nombre d'appartements disponibles et crée une pénurie.

EXCÉDENT

Un excédent signifie que la quantité fournie excède la quantité exigée. L'excédent existe seulement au-dessus de l'équilibre. Si le marché est libre, l'excédent tendra à disparaître à condition que le prix baisse. L'excédent continuera seulement si le marché n'est pas libre; c'est-à-dire, qu'un prix minimum a été institué par le gouvernement au-dessus de l'équilibre. Par contre, si le prix minimum est en-dessous de l'équilibre, il n'est pas pertinent et n'a aucun effet sur le marché.

Graphique G-MIC1.5

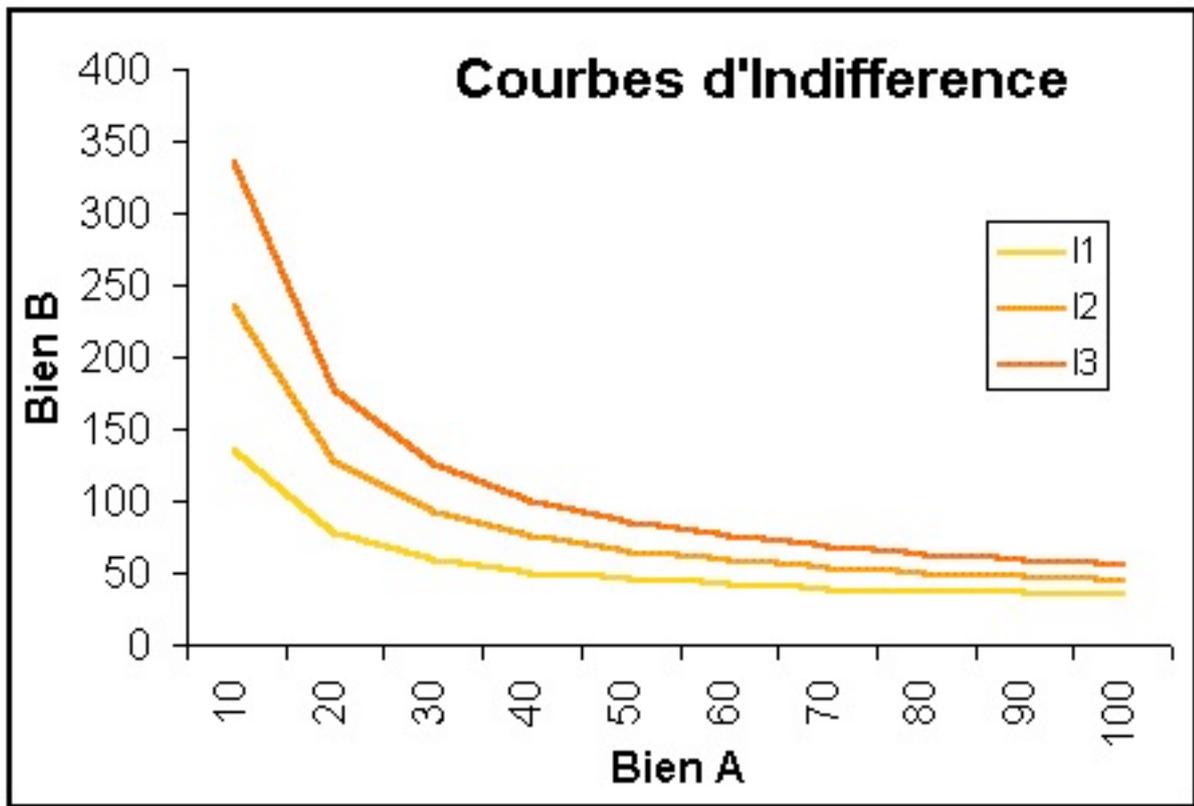


Les prix de beaucoup de produits agricoles, tels que le lait par exemple, sont sujets à un soutien des prix par le gouvernement. Ces prix plus hauts que le prix d'équilibre encouragent les fermiers à produire plus: ceci crée des excédents. Par exemple, dans les années 80, le gouvernement américain a été forcé de faire du fromage à cause de l'excédent de lait, et de le distribuer gratuitement à des personnes pauvres.

COURBES D'INDIFFÉRENCE

Les courbes d'indifférence montrent les combinaisons de deux marchandises qu'un individu serait disposé à acheter, et qui le satisferait pareillement (ou le laisserait indifférent). Les courbes d'indifférence présupposent que plus est préféré à moins. Elles sont convexes lorsque vues de l'origine. Les courbes d'indifférence forment une panoplie entière de différents niveaux de satisfaction.

Graphique G-MIC1.6



La liste d'achats de n'importe quel consommateur indiquerait cela : au-delà de certaines nécessités de base minimum, les achats sont une question de choix entre les divers articles qui peuvent fournir une satisfaction équivalente. Les courbes d'indifférence décrivent ce modèle de satisfaction équivalente de consommation d'une combinaison de marchandises choisies.

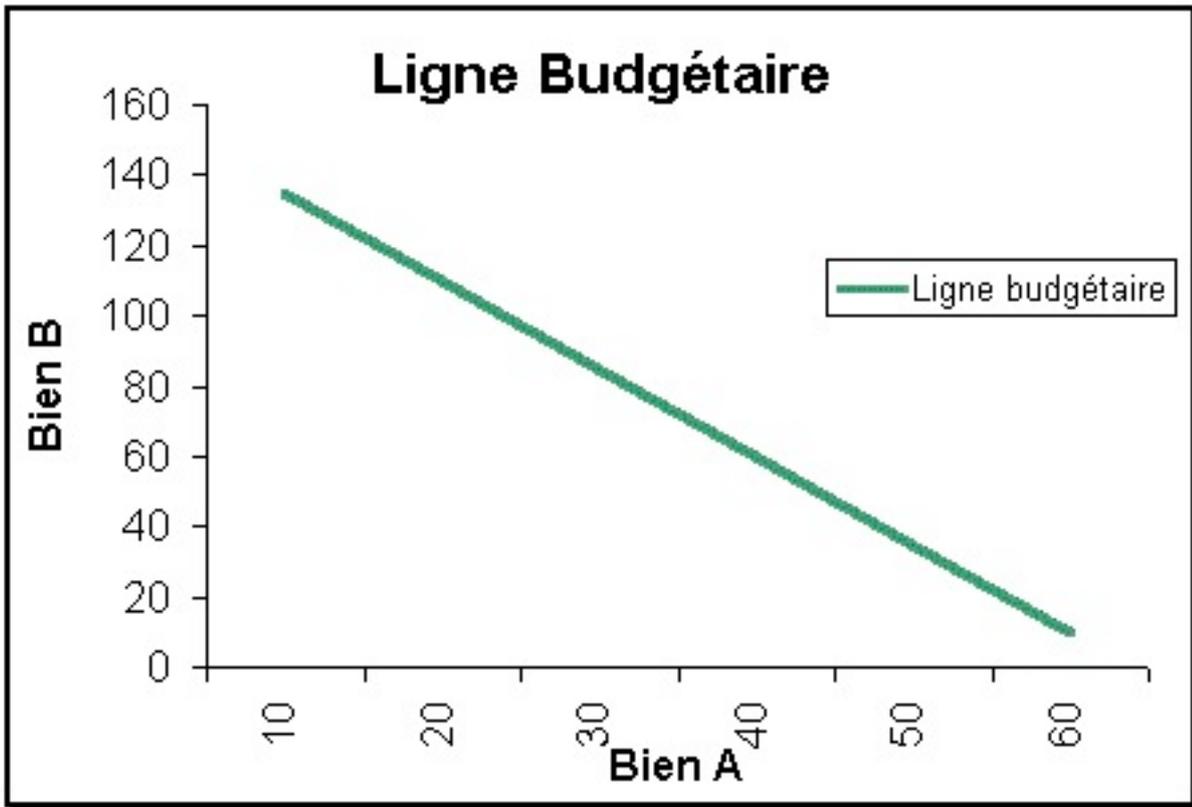
TAUX MARGINAL DE SUBSTITUTION

La quantité d'un bien auquel individu doit renoncer pour permettre d'augmenter la quantité d'un autre bien de façon laisser l'individu indifférent, s'appelle le taux marginal de substitution. Ce taux marginal de substitution est représenté graphiquement par une tangente à la courbe d'indifférence. Le taux marginal de substitution diminue. Ceci est vérifié par le fait que les courbes d'indifférence sont convexes lorsqu'elles sont vues de l'origine.

LIGNE BUDGÉTAIRE

La ligne budgétaire est le lieu des combinaisons de deux marchandises qu'un individu peut se permettre d'acheter avec son revenu. La pente de la ligne est le rapport des prix des deux marchandises: P_a/P_b ou prix relatif de chacun des biens.

Graphique G-MIC1.7

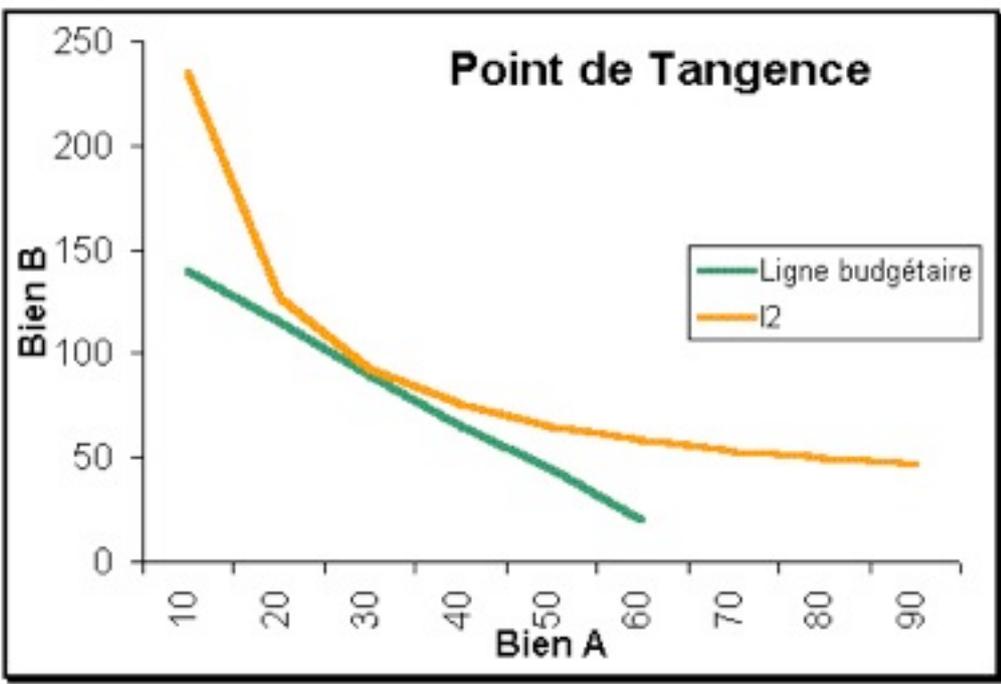


Une mère de famille allant au supermarché avec une somme d'argent précise, sait exactement le maximum qu'elle peut dépenser, mais les proportions des différents articles peuvent changer.

POINT DE TANGENCE

Le point d'équilibre qui donnera le maximum de satisfaction au consommateur, et que le consommateur peut se permettre, est là où la ligne budgétaire est tangente à la courbe d'indifférence la plus haute.

Graphique G-MIC1.8



DÉRIVATION DE LA DEMANDE

La demande peut être dérivée des courbes d'indifférence par l'abaissement (ou l'augmentation) du prix d'un bien, en observant que la ligne budgétaire se décale en conséquence, entraînant le point d'équilibre dans ce mouvement, et indiquant une plus grande (ou plus petite) quantité achetée de ce bien.

CHAPITRE 2:

ÉLASTICITÉ

OBJECTIF DE L'ETUDE

L'étude de l'élasticité a pour but de déterminer comment un petit changement du prix peut avoir comme conséquence soit un grand soit un petit changement de la quantité. Le concept de l'élasticité de la demande est d'abord défini et expliqué. La méthode de sa mesure est discutée. Le rapport entre le revenu total et l'élasticité est décrit. L'élasticité de l'offre et ses causes déterminantes sont analysées. Les concepts sont appliqués à l'analyse des plafonds de prix, des soutiens de prix et de l'incidence fiscale.

ÉLASTICITÉ DE LA DEMANDE

Le concept de l'élasticité a pour but de mesurer le degré de réponse d'un acheteur ou d'un vendeur à un changement d'une des causes déterminantes de l'offre ou de la demande, en particulier du prix. Le degré de réponse de la quantité exigée à un changement du prix s'appelle élasticité de la demande au prix. Si le changement du prix est celui d'autres biens alors l'étude traite des élasticités croisées de la demande.

Supposons qu'un directeur de magasin veuille organiser une promotion. Devrait-il baisser le prix d'un article donné? et, si oui, de combien? La réponse dépendra de si l'augmentation des revenus en raison des achats supplémentaires des clients est plus importante que diminution des revenus en raison de la baisse du prix, (toutes les deux calculées sur une base relative). Ce changement des achats des clients est ce que l'élasticité permet mesurer.

MESURE D'ÉLASTICITÉ

Si l'élasticité était mesurée avec des quantités absolues, elle serait affectée par les unités de mesure utilisées pour le prix et pour la quantité. Pour éviter cette difficulté, l'élasticité est un rapport des changements relatifs de quantité et de prix:

$E_d = \% \text{ de changement de quantité} / \% \text{ de changement de prix}$

ou

$E_d = ((Q_2 - Q_1) / Q_1) / ((P_2 - P_1) / P_1)$

Si une épicerie peut augmenter sa vente de lait de 12 litres (de 24 à 36) quand le prix est diminué de 10 cents (de \$1,00 à \$0,90), l'élasticité mesurée en termes absolus est -1,2 (cela est $12/-10$). Mais, quand la quantité de lait est exprimée en gallons, l'élasticité en termes absolus est maintenant le -0,4 ($4/-10$). Si des dollars au lieu des cents sont employés, elle devient -40 ($4/-0,1$). Cette difficulté disparaît quand l'élasticité est une mesure relative. L'accroissement de la quantité est de 50% ($12/24$), la diminution du prix est 10% ($-0,10/1,00$), et l'élasticité est -5 ($50\%/-10\%$).

ÉLASTICITÉ DE POINT MÉDIAN

Le calcul de l'élasticité en utilisant la formule du changement relatif résulte en différentes valeurs selon que le point de départ du calcul est le prix le plus élevé ou le plus bas. Pour éviter cette difficulté, c'est la moyenne du prix et la moyenne des quantités qui sont utilisés. Cela est équivalent de prendre l'élasticité au point médian d'une gamme de prix-quantité.

$$E_d = ((Q_2 - Q_1) / ((Q_1 + Q_2) / 2)) / ((P_2 - P_1) / ((P_1 + P_2) / 2))$$

On doit noter que l'élasticité de la demande au prix est toujours négative et les valeurs citées ignorent souvent le signe négatif.

Si le prix est diminué de 10% (de \$1,00 à \$0,90) pour augmenter les ventes de lait de 50% (de 24 à 36), l'élasticité est -5 (qu'est à dire 50% divisés par -10%). Regardant les mêmes nombres d'une autre manière: il y a une diminution de la quantité de 33,3% (de 36 à 24) quand le prix est augmenté 11,1% (de \$0,90 à \$1,00): élasticité de -3. La présence des deux valeurs est incompréhensible. L'élasticité du point médian est l'élasticité correcte, et est -3,8 (c'est à dire $(12/30)/(-0,10/0,95)$).

DEMANDE ELASTIQUE

Si la demande est élastique, cela signifie qu'un petit changement du prix résulte en un grand changement de quantité. Si la demande est parfaitement élastique (ce qui signifie que le plus petit possible changement de prix résulte en un changement pratiquement infini de la quantité), la courbe de demande est alors horizontale. Généralement, une demande est élastique si la valeur absolue de son élasticité est plus grande que 1.

Une mère veut étonner ses enfants en apportant à la maison de la pâtisserie pour le désert. Mais, après avoir découvert que le magasin a augmenté les prix de la pâtisserie à un niveau peu raisonnable, elle décide d'omettre la pâtisserie. Sa réaction démontre une élasticité très haute, pratiquement infinie.

DEMANDE RIGIDE

Si la demande est inélastique, cela signifie que même un changement très grand du prix n'amène qu'un changement minime de la quantité. Graphiquement, ceci se produit généralement dans la partie inférieure de la courbe de la demande si c'est une ligne droite, ou en général lorsque la courbe est plutôt verticale. Si la demande est parfaitement inélastique, la quantité ne change pas du tout. La courbe d'une demande parfaitement rigide est complètement verticale. Une demande est inélastique si la valeur absolue de l'élasticité est plus petite que 1.

Pour la plupart des personnes, les articles qui sont considérés comme des nécessités sont des articles pour lesquels la demande est inélastique. Il n'importe de combien le prix peut changer, si nous pensons que nous avons besoin vraiment d'un article, nous l'achèterons. Les médicaments ou les articles de base (tel que la nourriture) sont probablement dans cette catégorie. Le lait pour une famille avec des enfants est une nourriture de base: il se trouve toujours quelque part dans le réfrigérateur, quoique soit son prix.

REVENU TOTAL ET ÉLASTICITÉ

Si une demande est élastique, alors le prix et le revenu total sont inversement liés; c'est-à-dire, si le prix est augmenté, le revenu total diminue. Si une demande est inélastique, le prix et le revenu total sont directement liés; c'est-à-dire, si le prix est augmenté, le revenu total augmente aussi.

Dans l'exemple précédent de lait, la demande était élastique: -3,8. Une augmentation du revenu de \$24 (quand le prix est \$1,00 pour 24 gallons) à \$32,40 (quand le prix est abaissé à \$0,90 pour 36 gallons) se produit. Ainsi, le revenu total est, en effet, inversement lié à changement de son prix quand la demande est élastique.

CAUSES DÉTERMINANTES DE L'ÉLASTICITÉ DE LA DEMANDE

Les causes déterminantes de l'élasticité de la demande sont

- le paramètre du temps (soit période du marché, soit court ou long terme),
- la disponibilité de produits de remplacement,
- la proportion que le prix de l'article représente dans le revenu total,
- la perception de l'article comme étant une nécessité ou article de luxe.

La capacité de remplacer une marque par autre marque, un produit par un produit différent ou par une autre forme de consommation, est le critère général de toutes les causes déterminantes de l'élasticité de demande. Cette capacité est clairement très subjective, tout à fait différente d'une personne à une autre.

ÉLASTICITÉ DE L'OFFRE

L'élasticité de l'offre est le degré de réponse de la quantité fournie à un changement de prix. On le calcule comme

$$E_s = \% \text{ de changement de quantité} / \% \text{ de changement de prix.}$$

On doit noter que l'élasticité de l'offre est toujours positive et est généralement calculée au point médian. La courbe d'une offre parfaitement élastique est horizontale (de même de la demande). La courbe d'une offre parfaitement inélastique est verticale. En général, une offre est considérée élastique si la valeur de l'élasticité est plus que 1.

Le gouvernement est intéressé de savoir combien les entreprises électriques seraient disposées à offrir d'électricité en plus si elles avaient le droit à une augmentation des taux qu'elles chargent. Ce qui mesure cette réponse des entreprises électriques est l'élasticité de l'offre. Naturellement, la construction d'une centrale électrique prend un temps fort long. Ainsi, l'élasticité de l'offre de l'électricité (c.-à-d. la capacité de mettre de nouvelles centrales électriques en ligne) peut être prévue être plus haute pour une durée de plusieurs années que dans un intervalle court.

CAUSES DÉTERMINANTES DE L'ÉLASTICITÉ DE L'OFFRE

Les causes déterminantes principales de l'élasticité de l'offre sont

- la durée de temps (soit période du marché, soit court ou long terme),
- la capacité de d'obtenir les ressources nécessaires.

INDUSTRIE A COÛTS CROISSANTS

Lorsqu'une ressource est rare et son coût augmente avec le temps, le prix d'équilibre à long terme des produits utilisant cette ressource tendra à augmenter, et l'industrie qui utilise cette ressource, est désignés sous le nom d'industrie à coûts croissants. La plupart des industries ont des coûts croissants avec le temps. Certaines industries n'ont besoin d'aucune ressource rare; ce sont des industries à coûts constants. Les nouvelles industries naissantes peuvent éprouver des diminutions de coûts pendant quelque temps.

Il est fort probable que la production d'électricité est du type d'industrie à coûts croissants. Les diverses sources d'énergie (gaz, charbon, carburant, l'hydro-électricité) sont toutes intensivement utilisées. Les sources alternatives (nucléaire, soleil, vent) ont leurs propres dangers ou coûts additionnels. C'est pourquoi notre facture électrique monte habituellement, et continuera probablement à monter dans l'avenir.

PLAFOND DE PRIX

Un plafond de prix crée une pénurie à court terme. Puisque tous les deux courbes de demande et d'offre sont plus élastiques à long terme, ceci cause une aggravation de la pénurie avec le temps. Ceci peut être vérifié en observant qu'un prix au-dessous de l'équilibre est une incitation pour les acheteurs à acheter plus et un découragement aux vendeurs à l'offrir plus.

Dans la plupart des villes principales, des lois de contrôle des loyers ont été décrétées pour assurer un logement abordable aux familles à revenu modéré. Mais, les propriétaires sont découragés d'offrir un plus grand nombre d'appartements à ces loyers modérés, et ont souvent préféré convertir leurs immeubles en forme de coopérative. Ceci a retiré beaucoup d'appartements hors du marché de location, et une plus grande pénurie de logement abordable en résulte dans beaucoup de villes américaines.

SOUTIENS DE PRIX

À court terme un soutien de prix crée un excédent. A long terme, toutes deux, demande et offre, deviennent plus élastique. Ceci augmente l'excédent avec le temps. Le soutien des prix, étant plus haut que l'équilibre, agit comme une incitation pour les producteurs à produire plus, et comme un découragement pour les acheteurs à acheter

La production laitière a été sujette à un soutien de prix pendant beaucoup d'années dans beaucoup de pays. En conséquence, le gouvernement a été forcé de ramasser l'excédant de lait produit par les fermiers. Ces stocks sont régulièrement convertis en fromage qui est en suite distribué gratuitement aux personnes pauvres aux Etats-Unis. L'excédent du lait continue parce que les fermiers ont un prix qui est une incitation à produire plus. Maintenant, le gouvernement essaye de réduire le nombre de vaches les fermiers peuvent avoir.

INCIDENCE FISCALE ET ÉLASTICITÉ

Techniquement une taxe de vente est payée par le consommateur; le vendeur reçoit seulement la taxe au nom de l'administration fiscale. Une autre analyse de l'incidence d'une taxe de vente (c.-à-d. l'analyse de qui porte réellement le fardeau de l'impôt) indique que le fardeau de l'impôt est partagé. L'augmentation des prix résultant de la taxe de vente réduit la quantité échangée et force le vendeur à abaisser son prix de vente.

INCIDENCE FISCALE ET DEMANDE ELASTIQUE

Si la demande est fortement élastique (c'est-à-dire, les clients sont en mesure de trouver un produit de remplacement), le fournisseur sera forcé d'abaisser ses prix de vente considérablement pour pouvoir continuer à vendre ses produits. Ainsi, si la demande est élastique et offre est inélastique le fardeau de l'impôt est décalé presque en sa totalité sur le fournisseur.

Supposer qu'un état augmente sa taxe de vente tandis que l'état mitoyen ne le fait pas. Les résidents préféreront acheter leurs produits dans l'état dont la taxe de vente est moindre. Pour garder leurs clients, les négociants de l'état qui a décrété l'augmentation de la taxe de vente, devront baisser leurs prix. Ainsi l'incidence de l'impôt a été décalée sur les vendeurs.

INCIDENCE FISCALE ET DEMANDE RIGIDE

Si la demande est inélastique, la quantité exigée ne changera pas beaucoup après qu'une taxe de vente est imposée, les fournisseurs n'ont pas besoin de baisser leur prix, et le fardeau de l'impôt est porté presque en sa totalité par l'acheteur.

Dans l'exemple des états contigus, la variation dans l'incidence a lieu parce qu'on assume que les résidents sont capables de faire leurs emplettes tout aussi bien dans un état ou dans l'autre (c'est-à-dire, ils ont une demande fortement élastique). Mais, si une barrière existait, tels qu'un pont à péage entre les deux états ou des douanes, l'incidence de l'impôt serait alors entièrement porter par les consommateurs.

RECETTE FISCALE ET ÉLASTICITÉ

Si le but d'une taxe de vente est d'élever le revenu du gouvernement, un tel impôt sera efficace seulement si la demande et l'offre sont inélastiques. En effet, si toutes les deux, ou l'une ou l'autre, sont élastiques - et ils le sont habituellement à la longue - la diminution de la quantité achetée rendra les revenus de l'impôt minimaux.

Beaucoup de pays ont des droits de douanes sur les articles de luxe. Quand ces droits de douanes sont très hauts (30% ou plus), des contrebandiers sont disposés à prendre le risque d'évader la loi. Alors, les revenus de ces droits de douanes sont en déclin.

IMPÔT SOMPTUAIRE ET ÉLASTICITÉ

Le but d'un impôt somptuaire est de changer le mode de consommation dans une société. Une telle taxe de vente sera efficace seulement si la demande et l'offre sont élastiques. En effet, si toutes les deux (ou l'une d'entre-elles) sont fortement inélastiques, quelle que soit la dimension de l'impôt, la quantité ne changera pas.

Les impôts somptuaires existent dans pratiquement chaque pays, y compris les Etats-Unis. Ils portent le plus souvent sur des articles tels que cigarettes, essence, vins et boisson alcoolisée.

INCIDENCE FISCALE ET ÉLASTICITÉ DE L'OFFRE

Quand l'offre est élastique, une augmentation des taxes de vente résultera en un grand incrément du prix payé par les consommateurs et le fardeau de l'impôt sera payé en grande partie par les consommateurs. Quand l'offre est inélastique, une augmentation des taxes de vente aura comme conséquence une réduction du prix par les vendeurs et la charge fiscale sera en grande partie payée par les vendeurs.

CHAPITRE 3:

LES COÛTS DE PRODUCTION

OBJECTIF D'ÉTUDE

Le but de ce chapitre est d'analyser les variations des coûts de production consécutives aux variations du volume de production. D'abord le concept de coûts économiques est étudié. Des modèles à court terme des coûts totaux, moyens et marginaux sont dérivés sur la base de la loi des rendements décroissants. Des modèles de coûts à long terme sont brièvement décrits.

COÛTS D'OPPORTUNITÉ

Dans les sciences économiques, tous les coûts sont des coûts d'opportunité parce que lorsqu'une ressource est employée à un but quelconque, cela implique que d'autres biens ne peuvent pas être produits avec la quantité utilisée de cette ressource, qu'une autre ressource n'est pas employée à la place de cette ressource, et que l'on renonce aux revenus d'autres productions utilisant cette ressource. Ainsi, chaque coût est d'abord un coût explicite pour la ressource utilisée, mais tout aussi bien, un coût implicite d'utilisations alternatives possibles de cette ressource.

Quand un étudiant prend un cours de sciences économiques, le coût de ce cours est plus que juste l'argent dépensé en instruction, manuels et aides d'étude. Par exemple, le temps consacré à étudier aurait pu être employé à travailler dans un supermarché et gagner un bon salaire. Quoique le salaire ne soit pas un coût qui doit être déboursé, c'est un coût d'opportunité et un vrai coût néanmoins.

PROFIT NORMAL

Parmi les coûts implicites d'une entreprise, le profit normal est le coût le plus important, et il doit être pris en charge. Le profit normal est le revenu que le propriétaire commercial, ou l'entrepreneur, aurait reçu s'il avait été engagé dans une autre activité ou emploi. Ainsi, si le propriétaire commercial ne reçoit pas ce qu'il considère mériter, il fermera son commerce.

Le propriétaire d'un petit magasin de spécialités devrait s'attendre à ce que le magasin génère au moins autant de revenu que ce qu'il aurait pu gagner en travaillant comme manager pour le grand magasin du centre. Autrement, la décision raisonnable devrait être de fermer son magasin.

PROFIT PUR

Le profit pur, également connu sous le nom de profit économique, est le montant de revenus qui excède la somme de tous les coûts de production, explicites aussi bien qu'implicites (c.-à-d. tous les coûts d'opportunité, y compris le profit normal). Ainsi, le profit pur diffère du profit comptable puisque seuls les coûts explicites sont inclus dans le profit comptable.

Par opposition au profit normal, le profit pur est une récompense pour la prise de risques commerciaux, et parfois, le profit pur peut être négatif. Ainsi, le propriétaire du magasin verra le profit total augmenter et baisser en raison des variations du profit pur, ce qui peut absorber une partie du profit normal.

COURT TERME

Le court terme pour une entreprise est la période pendant laquelle certaines de ses ressources, et par conséquent, certains de ses coûts, sont fixes. Un exemple typique de coût fixe pour la plupart des entreprises est le loyer ou le salaire des personnes clés de l'entreprise (tel que le président de l'entreprise). Le nombre de jours, de mois ou d'années qui constituent le court terme diffère considérablement d'une entreprise à une autre.

La plupart des locations commerciales exigent un bail (un contrat louer pour plusieurs mois ou années). Démarrer un commerce exige également souvent l'installation de meubles, d'appareillage et d'équipement. Pendant la durée du contrat de location, la firme perdrait beaucoup d'argent si elle devait déménager. Ainsi, l'espace est pratiquement fixe pendant cette période et de même le loyer.

LONG TERME

Le long terme est la période pendant laquelle tous les coûts d'une entreprise peuvent être changés dans une certaine mesure. Par exemple, la taille d'une usine peut être modifiée. A long terme, il n'y a pas de coûts véritablement fixes: tous les coûts sont variables.

l'expiration du contrat de location, un commerce peut déménager dans un endroit plus souhaitable, qui peut être soit plus grand soit plus petit. Ainsi, à long terme même l'espace de travail du commerce n'a pas besoin de rester le même: tout peut changer.

RENDEMENT DECROISSANTS

La loi des rendements décroissants montre que si une des ressources variables est augmentée au-delà d'un certain point, le volume de production additionnelle (ou rendement marginal) commence à diminuer. Si on commence à partir d'un niveau de production très bas, une entreprise habituellement tirera bénéfice de l'efficacité croissante au début, mais les gains disparaissent et la production devient moins efficiente quand la capacité de production est surchargée.

Dans un restaurant, les premiers employés qui doivent tre employés sont probablement le directeur, le cuisinier et le serveur ou la serveuse. Sans eux le restaurant ne serait pas très opérationnel. D'autres employés peuvent être embauchés plus tard: maître d'hôtel, sommelier, caissier, assistants de cuisine, etc... S'il y a trop de serveurs dans le restaurant ou trop de cuisiniers dans la cuisine, ils peuvent renverser ou abîmer le bouillon.

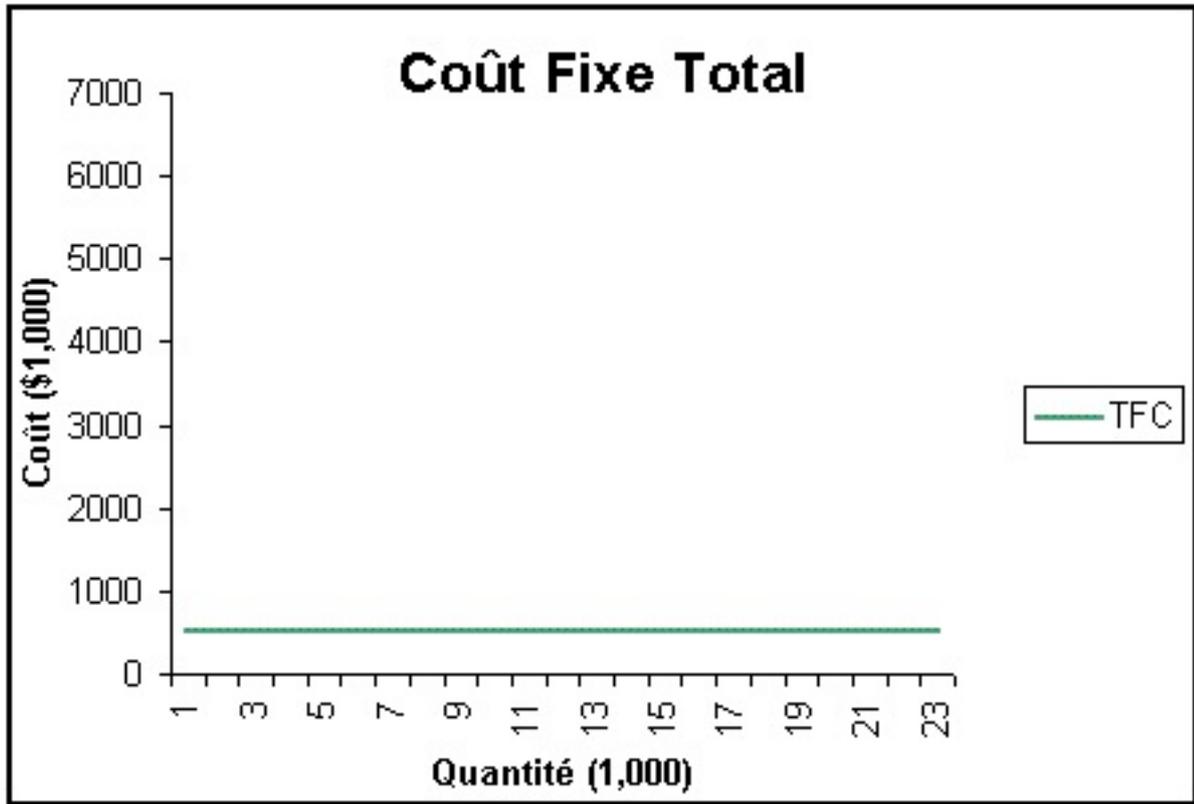
LOI DES RENDEMENTS DECROISSANTS

La loi du profit décroissant a lieu seulement dans le court terme. Elle est entièrement due à la présence d'au moins une ressource fixe, et la nécessité de dépasser la capacité productive de cette ressource fixe.

COÛTS FIXES

Les coûts fixes sont les coûts sur lesquels une entreprise n'a pas de contrôle. Ils sont habituellement attachés aux facteurs de production et aux ressources fixes. Les coûts fixes doivent être payés, autrement l'entreprise devra fermer ses portes.

Graphique G-MIC3.1

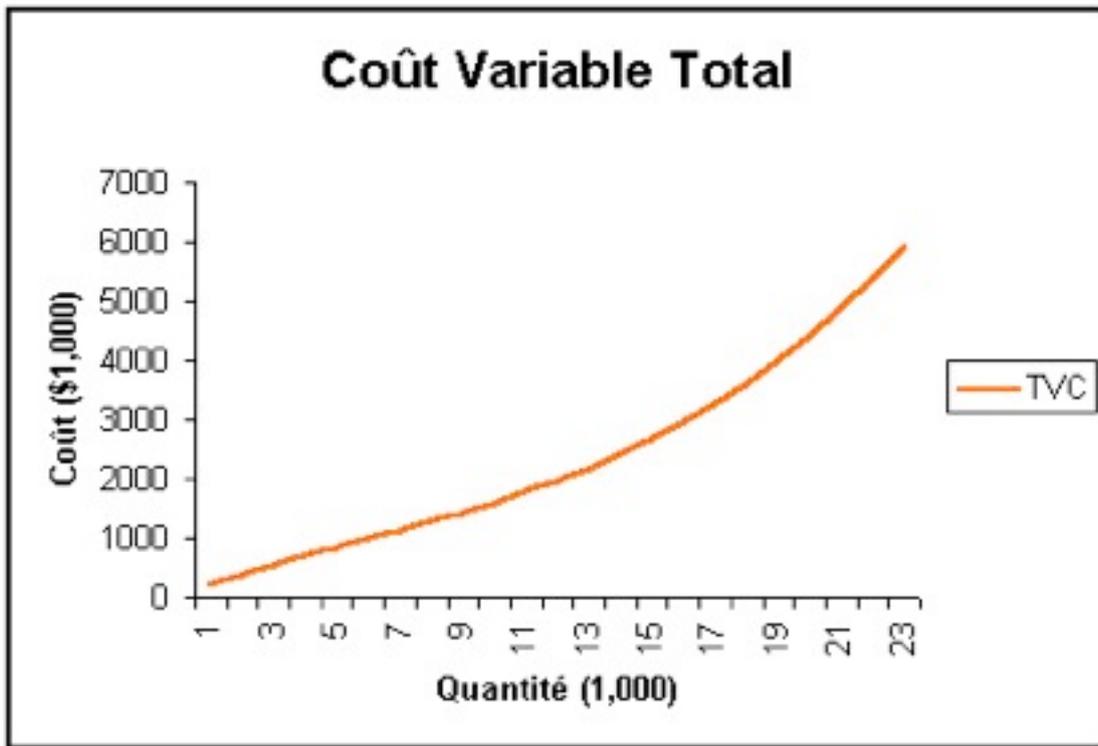


Le loyer est un coût fixe typique. Il ne change pas d'un mois à l'autre (ou d'année en année) au cours de la période de location, sans aucun égard ce qui peut être le volume de production.

COÛT VARIABLE

Les coûts variables sont les coûts qu'une entreprise peut changer à volonté. Ils concernent les facteurs de production ou les ressources qui ne sont pas fixes.

Graphique G-MIC3.2

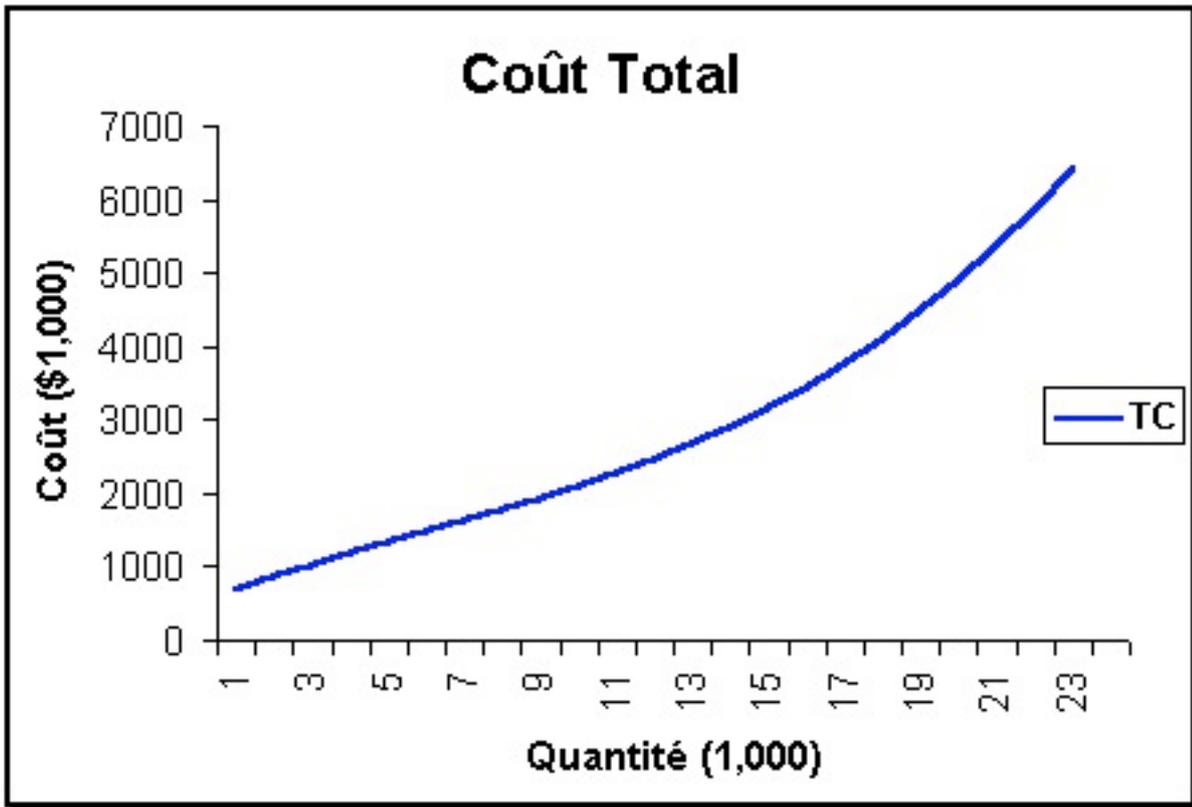


Les salaires, particulièrement ceux de l'aide supplémentaire et des employés à temps partiel sont des coûts variables typiques. Beaucoup d'autres dépenses sont également variables: fret et affranchissement, téléphone au-dessus du taux de base, entretien et nettoyage, et consommation d'énergie. Tout ceux-ci changent avec le volume de production.

COÛT TOTAL

Le coût total est la somme de tous les coûts: fixes et variables. La courbe du coût total est représentée graphiquement comme une courbe ascendante: les coûts augmentent en même temps que le volume de production. La courbe a généralement une forme de S, reflétant l'efficacité croissante partir d'un niveau de production bas, et puis une diminution de l'efficacité quand le volume de production dépasse le point de rendements décroissants.

Graphique G-MIC3.3



Tous les coûts du restaurant augmentent quand le nombre de repas augmente (qui est ici le volume de production). Quand le restaurant devient surchargé et la loi des rendements décroissants prend effet, l'augmentation du coût total croit très rapidement parce que les employés deviennent moins performants lorsqu'il n'y a pas assez de place pour travailler.

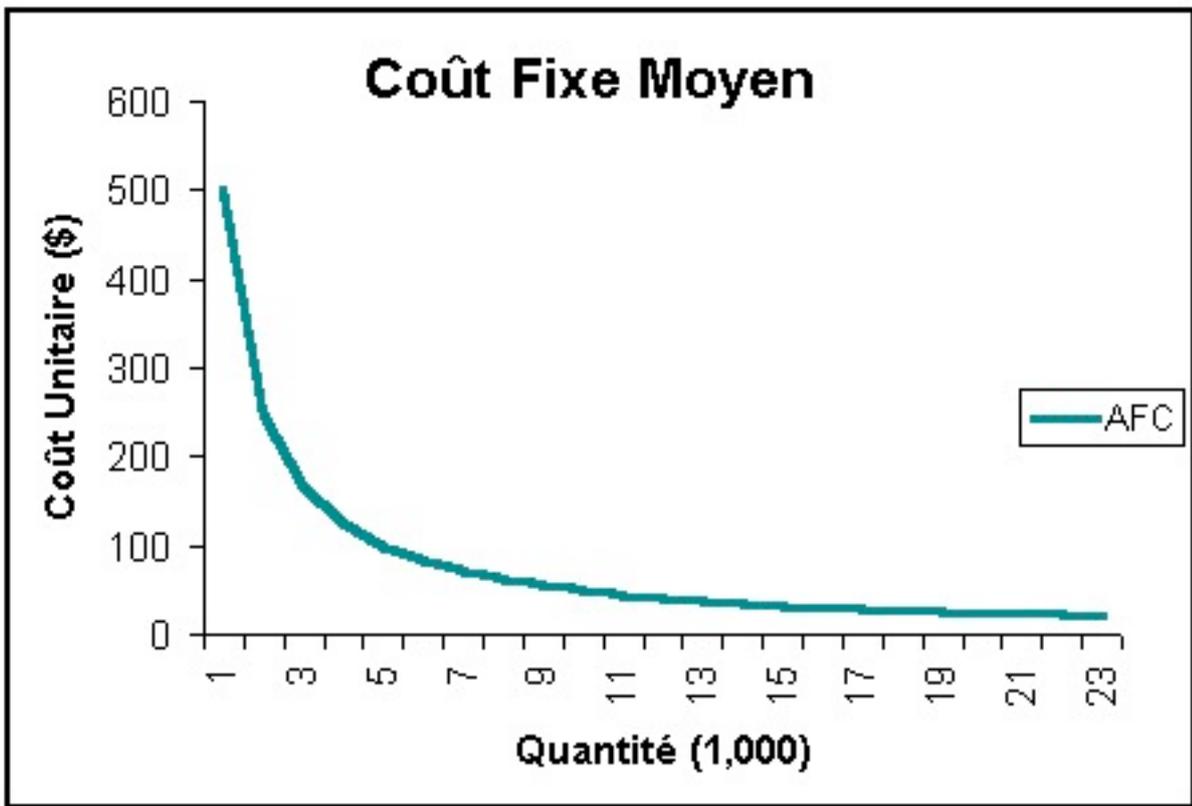
COÛT FIXE MOYEN

Le coût fixe moyen (AFC) est calculé en divisant le coût fixe total (TFC) par la quantité produite (Q).

$$AFC = TFC / Q$$

La courbe du coût fixe moyen est représentée graphiquement comme une courbe décroissante asymptotique l'axe horizontal.

Graphique G-MIC3.4



Le loyer payé par le restaurant est divisé par un nombre de plus en plus grand de repas servis (lorsque le volume de production augmente) pour obtenir le coût moyen fixe. Le coût moyen par repas attribuable au loyer diminue avec l'augmentation du nombre de repas, mais la diminution est de plus en plus petite.

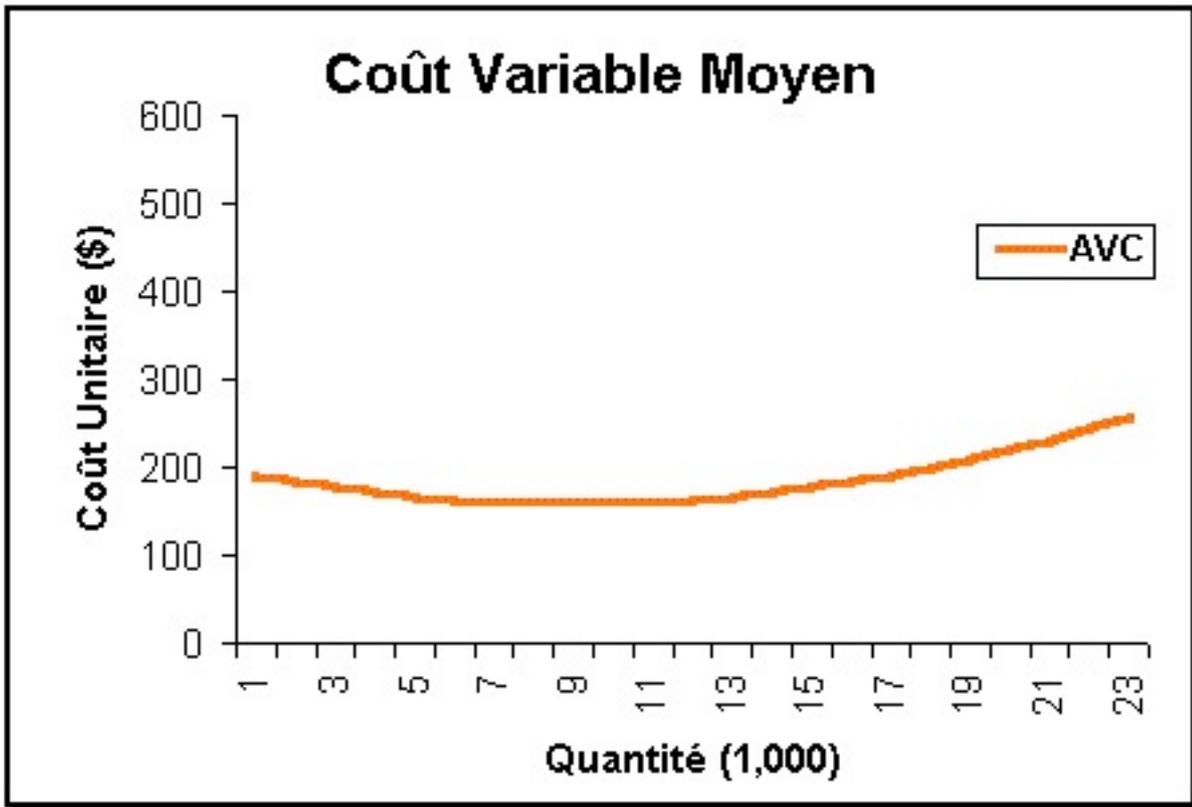
COÛT VARIABLE MOYEN

Le coût variable moyen (AVC) est calculé en divisant le coût variable total (TVC) par la quantité produite (Q).

$$AVC = TVC / Q$$

La courbe du coût variable moyen est représentée graphiquement par une courbe en U, reflétant l'augmentation de l'efficacité dans la partie décroissante du coût variable moyen lorsque la production commence à un niveau bas, puis une augmentation du coût variable moyen lorsque le volume dépasse le point de rendements décroissants.

Graphique G-MIC3.5



En commençant d'un petit nombre de repas et de clients, un restaurant peut améliorer son efficacité et diminuer son coût variable moyen par repas lorsque le volume augmente. Ensuite après avoir augmenté de trop, le coût variable moyen commence à monter quand les employés commencent à se cogner les uns dans les autres et le restaurant est trop serré.

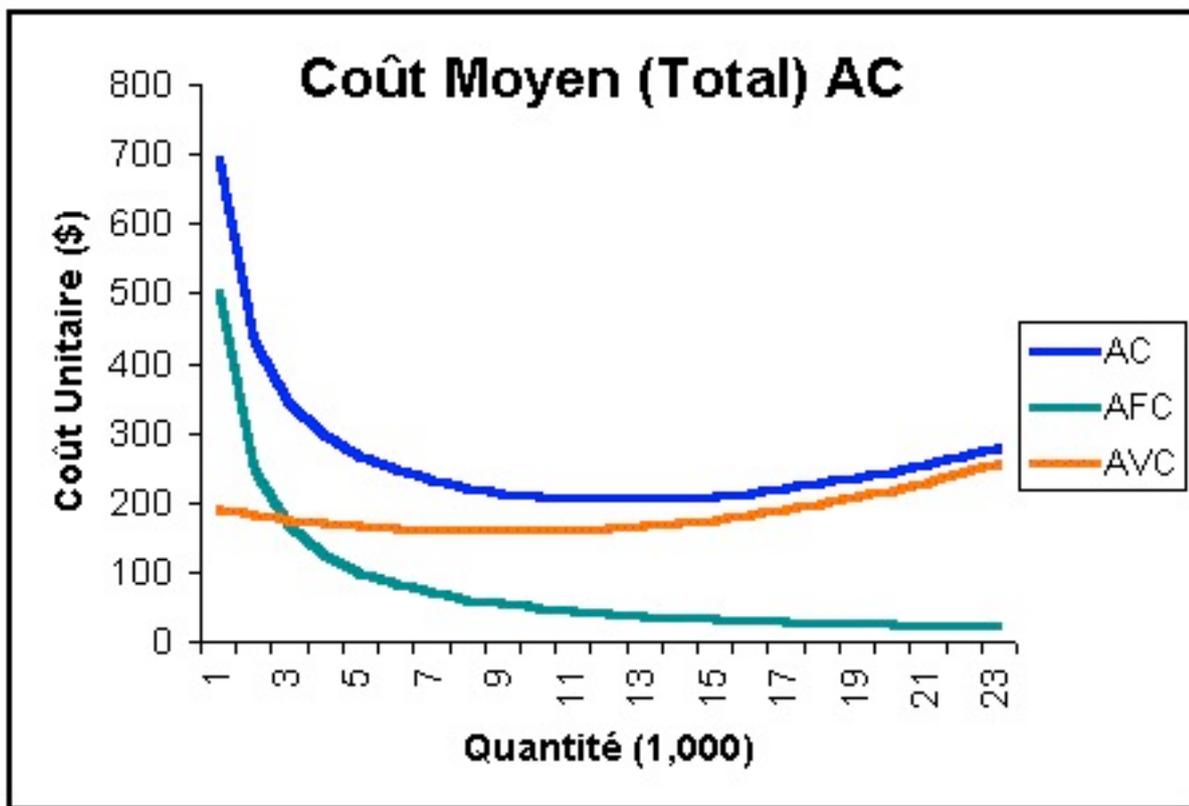
COÛT TOTAL MOYEN

Le coût total moyen (ATC) est calculé en divisant le coût total (TC) par la quantité produite (Q).

$$ATC = TC / Q$$

Il peut également être obtenu en ajoutant le coût variable moyen au coût fixe moyen à chaque niveau de production. La courbe du coût total moyen est représentée graphiquement comme que courbe en U avec une partie décroissante raide et une partie modérément croissante qui sont attribuables aux formes des courbes des coûts moyens fixes et variables.

Graphique G-MIC3.6



La progression du coût total moyen du restaurant est une combinaison des progressions des coûts fixes moyens et des coûts variables moyens. Pendant que le volume de production augmente, le coût total moyen diminue au départ, puis augmente avec l'effet des rendements décroissants.

COÛT MARGINAL

Le coût marginal (MC) est calculé en divisant le changement du coût total par le changement de la quantité.

$$MC = (\text{changement de TC}) / (\text{changement de } Q)$$

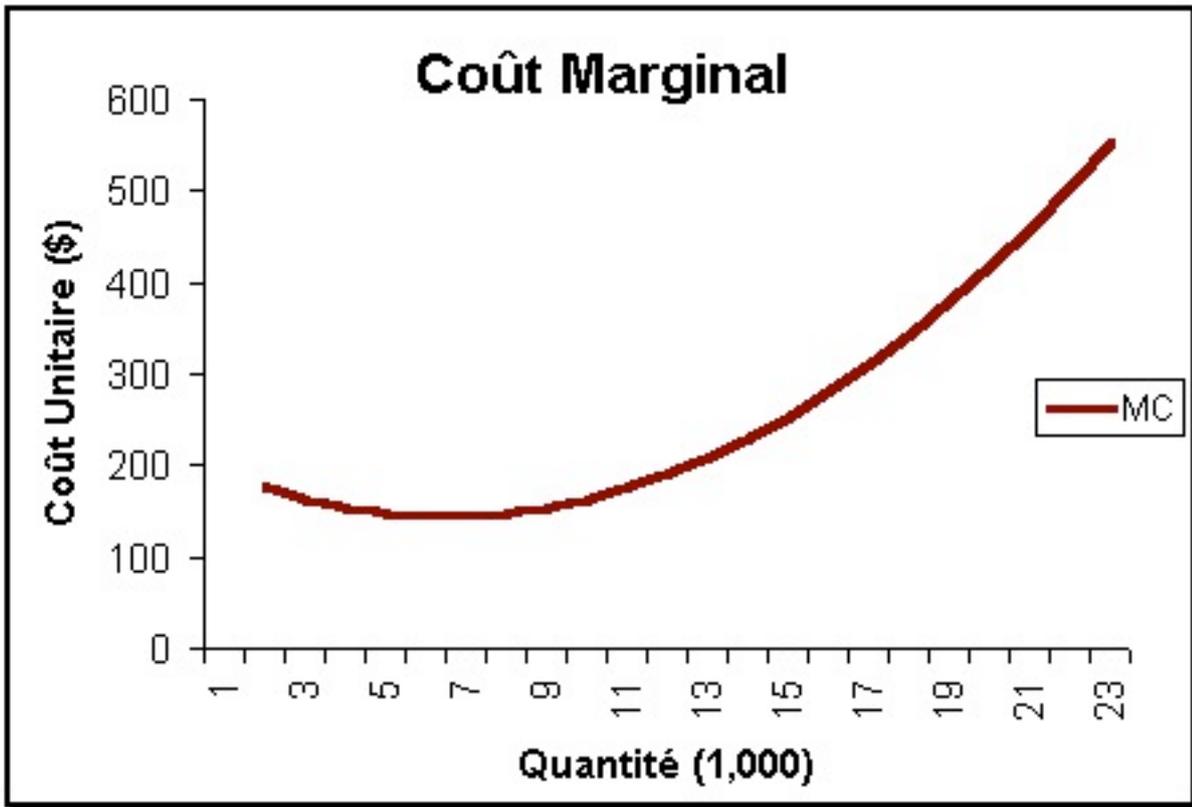
La courbe du coût marginal est représentée graphiquement par une courbe en U, reflétant l'augmentation initiale, puis la détérioration de l'efficacité lorsque le volume augmente.

Le coût marginal, ou additionnel, par repas change plus que le coût total moyen pour chaque repas. Le coût d'un repas additionnel commence à augmenter avant le coût total moyen.

GRAPHIQUE DU COÛT MARGINAL

La forme de la courbe de coût marginal peut être expliquée par la progression du coût total qui est due à la loi des rendements décroissants. Géométriquement, le coût marginal est la pente de la tangente à la courbe du coût total. Le minimum (ou cuvette) de la courbe du coût marginal correspond au point où le rendement commence à diminuer.

Graphique G-MIC3.7



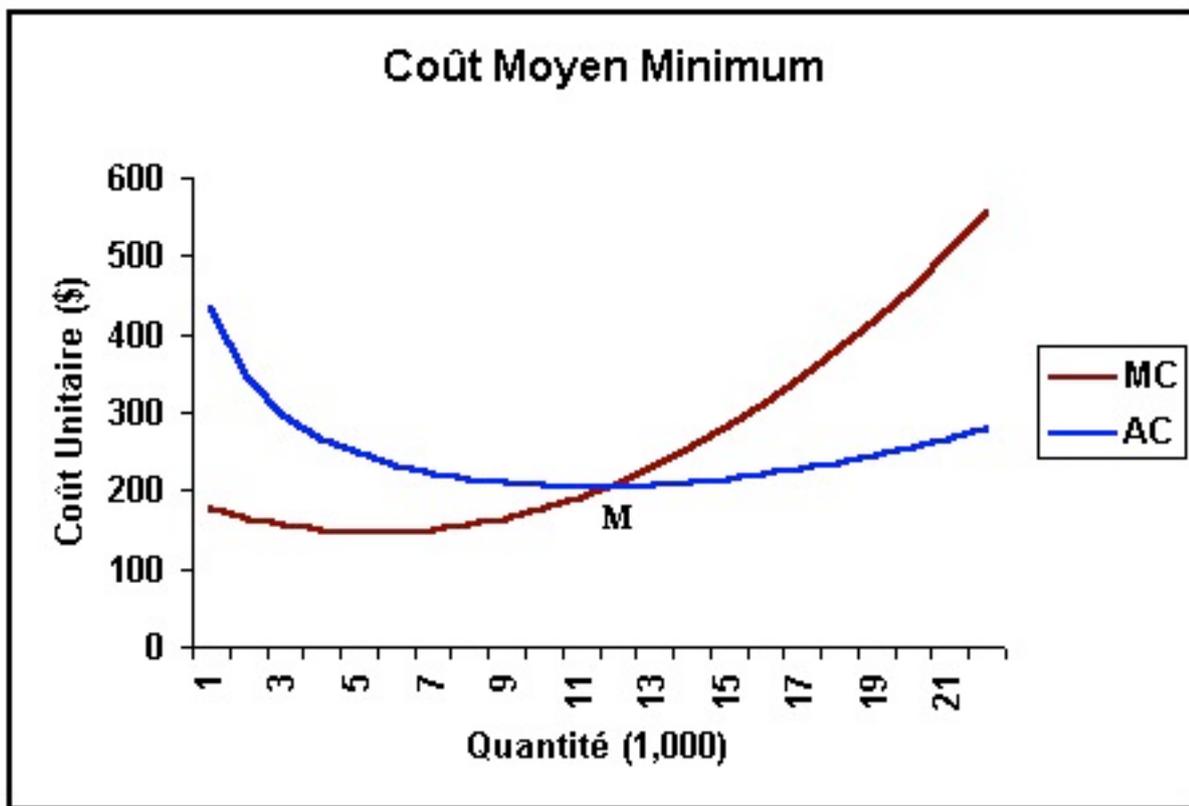
COÛT TOTAL MOYEN MINIMUM

La courbe du coût marginal intersecte la courbe du coût total moyen à son minimum. On peut vérifier que ceci doit nécessairement être vrai en observant que

- si le coût marginal est au-dessous du coût moyen, le coût moyen diminue
- si le coût marginal est au-dessus du coût moyen, le coût moyen augmente

Le coût moyen reste le même (géométriquement, cela veut dire que la tangente à la courbe du coût moyen est horizontale), seulement si le coût marginal n'est ni au-dessus, ni au-dessous du coût total moyen.

Graphique G-MIC3.8



ÉCONOMIES D'ÉCHELLE

Des économies d'échelle, ou économies de grande échelle, résultent des gains d'efficacité quand la taille de la production est augmentée à long terme avec des changements appropriés des ressources fixes pour utiliser les ressources disponibles plus entièrement. Les économies d'échelle ne peuvent se produire qu'à long terme.

Les économies d'échelle sont observables dans la plupart des fabrications. La production d'automobile est particulièrement sensible au volume. Produire une seule voiture (par exemple, celles construites pour les courses d'automobiles) peut coûter des millions de dollars. Mais, quand les mêmes dispositifs sont incorporés dans des millions de pièces, le coût devient abordable. Des études récentes indiquent que la production minimum d'une usine de voitures est de 100.000 unités.

CAUSES D'ÉCONOMIES D'ÉCHELLE

Les causes principales pour la présence des économies d'échelle sont

- division des tâches et du travail réduisant au minimum les qualifications de la main d'œuvre,
- utilisation plus intensive du personnel le plus hautement qualifié,
- utilisation plus intensive de capital (par exemple, avec plusieurs équipes de travail),
- capacité d'utiliser des sous-produits plutôt que de les jeter.

GRAPHIQUE D'ÉCONOMIES D'ÉCHELLE

On observe graphiquement des économies d'échelle par l'abaissement progressif des courbes du coût marginal et du coût total moyen à court terme. L'enveloppe de ces courbes de coût total moyen à court terme peut être considéré comme la courbe de coût total moyen à long terme.

DÉSÉCONOMIES D'ÉCHELLE

Les déséconomies d'échelle ont lieu quand la taille d'une entreprise est excessive. Une entreprise

peut en effet augmenter sa taille pour profiter des économies d'échelle, mais les gains disparaissent quand l'entreprise atteint une certaine taille. Les déséconomies d'échelle appartiennent au long terme et doivent être clairement distingués des rendements décroissants qui ne se produisent qu'à court terme. Il est souvent proposé que les déséconomies d'échelle sont rarement - si jamais - observés dans toute industrie parce que les entreprises réduiraient leur taille si cela se produisait.

La compagnie américaine General Motors est, après près d'un siècle d'existence, encore faite de plusieurs divisions qui n'ont jamais été intégrées dans une production unique. Il peut y avoir beaucoup de raisons pour ceci. Il semble que le maintien des divisions séparées stimule une certaine concurrence entre elles, et ainsi évite des déséconomies de grande échelle.

CAUSES DES DÉSECONOMIES D'ÉCHELLE

Certaines des causes possibles des déséconomies d'échelle sont

- difficultés de contrôle et de surveillance,
- prise de décision lente due à la taille excessive de l'administration,
- manque de motivation des employés.

CHAPITRE 4:

CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

INTRODUCTION

Dans ce chapitre, nous exposerons les principes à partir desquels les entreprises déterminent prix et quantités à court et à long terme. Nous définirons la notion de concurrence pure et parfaite et en déduirons demande et revenu marginal. Nous établirons l'équivalence entre la maximisation du profit, d'une part, et l'égalité du revenu marginal avec le coût marginal, d'autre part. Nous analyserons ensuite l'équilibre de longue durée. Enfin nous montrerons que d'un point de vue économique cette forme du marché s'avère optimal pour la société.

CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

La concurrence pure et parfaite est une forme de marché Caractérisée par

- un très grand nombre de petits producteurs,
- un produit standardisé et homogène,
- l'incapacité pour un producteur à influencer le prix,
- la libre entrée et sortie des producteurs sur le marché, et
- inutilité de toute mesure autre que sur les prix.

Les exemples de marchés en concurrence pure et parfaite sont extrêmement rares. De nombreux marchés dans les secteurs du détail, des services ou de l'agriculture s'en approchent le mieux. Mais, dans le secteur agricole, les aides gouvernementales de soutien des prix faussent les mécanismes du marché. Malgré le manque d'exemples types, cette forme du marché est primordiale, car elle est généralement considérée comme la meilleure parmi les économistes.

ATOMACITÉ DES ENTREPRISES EN CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

En situation de concurrence pure et parfaite, le très grand nombre d'entreprises implique que chacune est très petite en comparaison de la taille de l'ensemble du marché. En effet, si une

entreprise prenait significativement de l'importance, elle dominerait le marché, et la concurrence serait éliminée ou au moins diminuée.

Dans le secteur agricole de la production laitière, les fermes sont en général petites. Elles sont particulièrement petites comparées à la taille global du marché laitier. Notez que les distributeurs de lait peuvent parfois être très importants, mais pas les fermes productrices.

PRODUIT STANDARDISE EN CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

En situation de concurrence pure et parfaite, le produit est dit standardisé (ou homogène). Ceci signifie que quel que soit le producteur, le produit est parfaitement identique et le consommateur ne peut établir de préférence. C'est la différence principale entre concurrence pure et parfaite et concurrence monopolistique: dans ce dernier cas, les entreprises acquièrent un pouvoir sur leurs consommateurs, dès que ceux-ci prennent conscience des différences dans l'offre.

Le lait est un produit uniforme et homogène. Il est impossible de faire une distinction entre le lait d'une ferme et celui d'une autre. En effet le gouvernement a fixé des normes relatives à la qualité, la teneur en graisse et la propreté.

PRENEUR DE PRIX

En situation de concurrence pure et parfaite les entreprises n'ont aucune pouvoir sur les prix : elles sont obligées de vendre au prix du marché courant. On parle alors de preneurs de prix. Si une entreprise essayait d'augmenter son prix, d'un montant aussi infime que possible, les consommateurs n'achèteraient plus le produit de cette entreprise puisqu'ils pourraient obtenir le même auprès d'autres entreprises. Un abaissement du prix est également inutile puisque l'entreprise peut déjà couler toute sa production au prix courant.

Un producteur de lait qui essayerait d'augmenter ses revenus en relevant le prix de son lait, ne trouverait plus les entreprises de collecte du lait de cette région disposées lui acheter son lait. Un unique fermier n'est donc pas en mesure d'affecter le prix du lait sur l'ensemble du marché.

ENTRÉE ET SORTIE DU MARCHÉ

Il n'existe aucune barrière à l'entrée ou à la sortie d'un marché de concurrence pure et parfaite. Cela évite qu'une entreprise puisse dominer le marché et évincer d'autres entreprises. C'est aussi la garantie que le nombre d'entreprises actives sur le marché, restent importants.

Dans la plupart des cas, une production agricole peut démarrer simplement par l'ensemencement d'une parcelle de terrain, comme pour les fruits et les légumes. (Cependant, pour certains produits tels que le lait ou le tabac, le gouvernement limite la production pour lutter contre la surproduction).

ACTIONS NE SE RAPPORTANT PAS AU PRIX

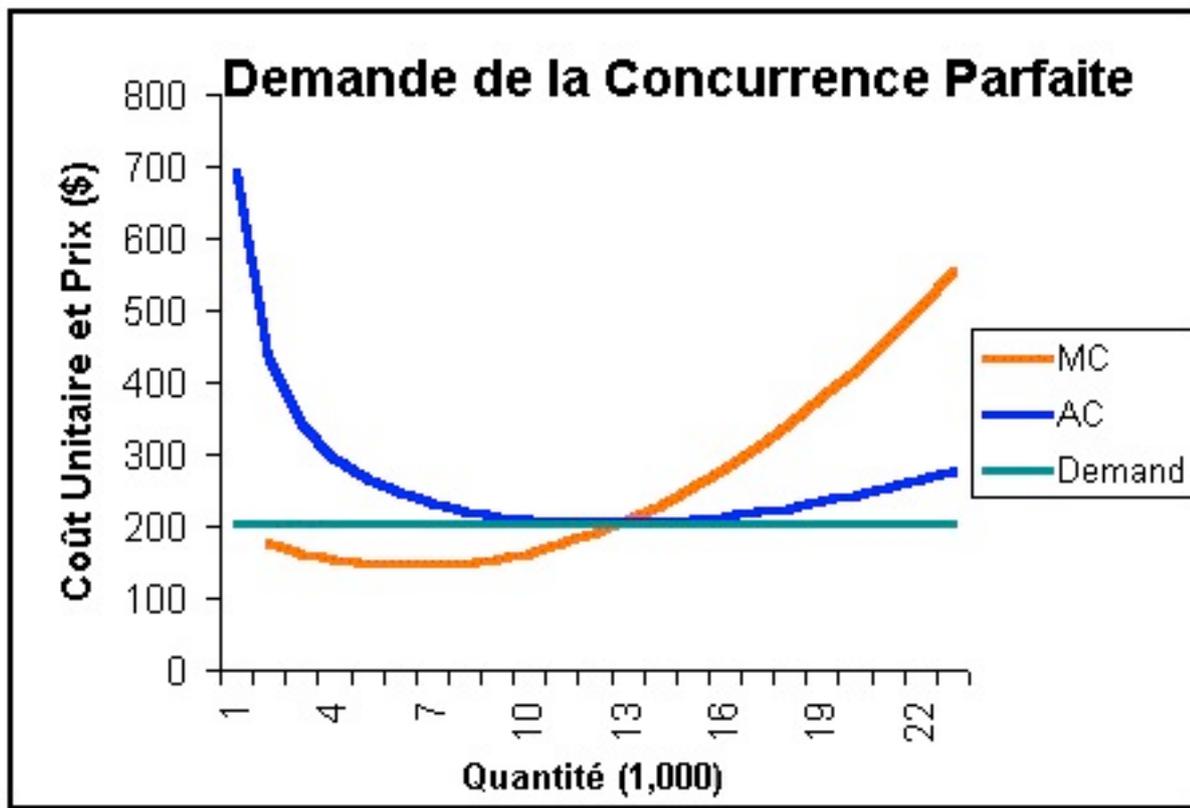
Les actions autres que sur les prix, telles que la publicité, les service après-vente ou les garanties, sont superflues puisque l'entreprise est déjà en mesure d'écouler toute sa production au prix courant. Ces mesures ne feraient qu'occasionner des frais supplémentaires qui rendraient l'entreprise moins profitable. (Pourtant une campagne publicitaire, par exemple, peut avoir un impact positif pour l'ensemble du secteur.)

Un petit producteur de lait ne peut certainement pas influencer le niveau global de consommation du lait. Par contre une coopérative laitière ou un grand distributeur peuvent dans certains cas mener des campagnes publicitaires efficaces.

FONCTION DE DEMANDE

En situation de concurrence pure et parfaite, la demande individuelle auprès d'une entreprise est parfaitement élastique (c.-à-d., que la variation de prix la plus minime qui soit, entraîne un changement pratiquement infini dans la quantité demandée). Une telle courbe de demande est représentée graphiquement par une ligne horizontale. Ainsi, quelle que soit la quantité vendue par l'entreprise, le prix obtenu est le prix courant du marché.

Graphique G-MIC4.1



Au niveau global, la demande du lait est susceptible d'être décroissante, puisqu'elle est inversement reliée au prix. Mais le prix perçu individuellement par un producteur correspond toujours au prix courant sur le marché, quelle que soit la quantité qu'il produise. Ainsi la courbe de demande est horizontale.

REVENU MARGINAL

En situation de concurrence pure et parfaite, le niveau de la courbe de demande est égal au revenu marginal de chaque entreprise. Le revenu marginal se définit comme le revenu supplémentaire résultant de la vente d'une unité supplémentaire. Il est donc égal au prix courant qui, graphiquement correspond au niveau de la courbe de demande elle-même. Notez que le revenu moyen est aussi égale à la courbe de demande, tandis que le revenu total est une ligne droite ascendante.

MAXIMISATION DU PROFIT

Une entreprise cherche à atteindre un volume de production pour lequel son revenu total excède le plus largement possible son coût total, c'est-à-dire, pour lequel son profit est maximum.

MINIMISATION DES PERTES

Si une entreprise n'est pas bénéficiaire, elle peut néanmoins chercher, à court terme, à produire à

un niveau de ventes pour lequel la différence entre son coût et son revenu, c.-à-d., sa perte, est minimum.

LA CESSATION D'ACTIVITÉ

Si à court terme, une entreprise n'atteint pas un niveau de revenu suffisant pour couvrir ses coûts fixes, l'entreprise doit cesser son activité.

SEUIL DE RENTABILITÉ

Le volume de production pour lequel le revenu total est égal au coût total, est appelé le seuil de rentabilité. Une entreprise doit forcément être au-delà de ce seuil pour espérer maximiser son profit.

PRINCIPE DU COÛT MARGINAL ET DU REVENU MARGINAL

Maximiser le profit revient à produire à un niveau pour lequel revenu marginal et coût marginal sont égaux. En effet, en produisant une unité de moins, le profit diminue car, pour cette dernière unité, le coût marginal est supérieur au revenu marginal. Il en est de même en produisant une unité supplémentaire.

EGALITE DU COÛT MARGINAL ET DU REVENU MARGINAL

Le principe de revenu marginal = coût marginal s'applique aussi bien pour la minimisation des pertes que la maximisation du profit. Cependant, si le revenu marginal s'égalise avec le coût marginal à un niveau inférieur au coût variable moyen, cela signifie que les revenus ne sont pas suffisants pour couvrir les coûts fixes, et l'entreprise devrait fermer.

MAXIMISATION DU PROFIT

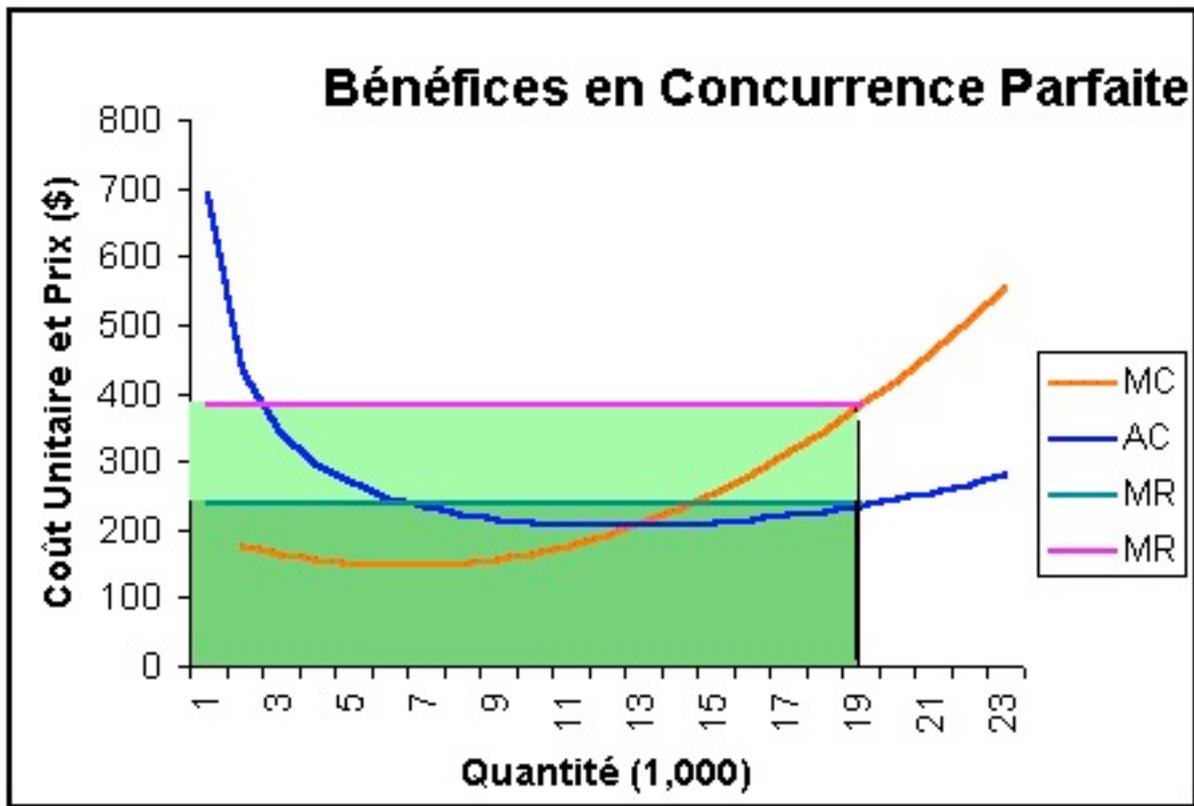
Le profit maximum est obtenu en déterminant le niveau de production pour lequel le revenu marginal est égal au coût marginal. Le profit est mesuré de la manière suivante:

- 1- le revenu total est égale au prix multiplié par la quantité,
- 2- le coût total est égale au coût total moyen multiplié par la quantité,
- 3- la différence entre revenu total et coût total mesure le profit (ou la perte).

COURBE DE PROFIT MAXIMUM

Puisque le profit maximum est déterminé par l'excédent du revenu total sur le coût total, il correspond graphiquement à l'aire où le rectangle du revenu total dépasse celui du coût total. La hauteur du rectangle de revenu total est gale au prix perçu par l'entreprise, et sa largeur, à la quantité optimale (pour laquelle $MR=MC$). La hauteur du rectangle du coût total est égale au coût total moyen (sur la courbe AC), et sa largeur, à la quantité optimale.

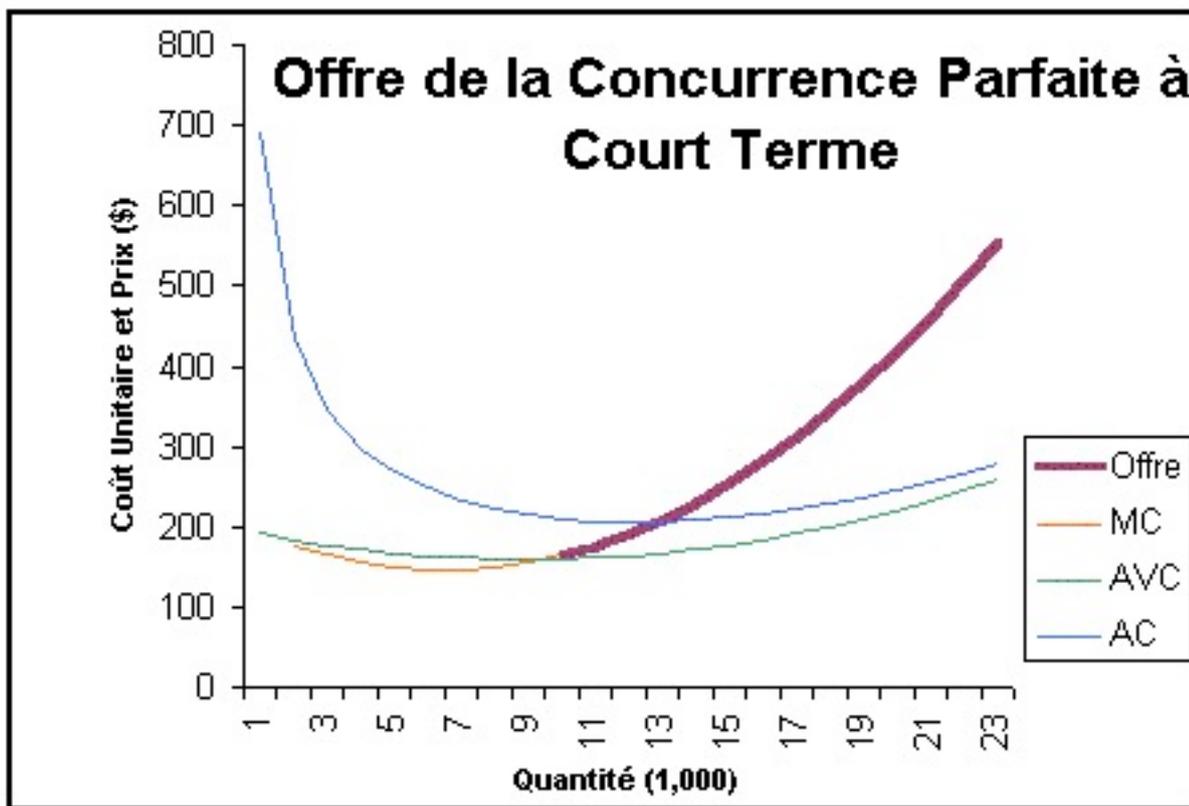
Graphique G-MIC4.2



COURBE D'OFFRE DE COURTE PÉRIODE

L'équilibre de courte période de l'offre des entreprises se situe sur la partie croissante de la courbe du coût marginal (au-dessus de l'intersection avec le coût variable moyen). En effet, une entreprise détermine son volume optimum de production à partir de l'intersection du revenu marginal avec le coût marginal. Le revenu marginal est également le prix que l'entreprise reçoit. Ainsi les combinaisons prix-quantité des entreprises se situent sur la partie croissante de la courbe du coût marginal.

Graphique G-MIC4.3



ÉQUILIBRE DE LONGUE PÉRIODE

L'équilibre de longue période des entreprises se situe là où la demande (qui est identique au revenu marginal) est tangente au minimum du coût total moyen (qui correspond également au point d'intersection du coût marginal avec le coût total moyen). À ce point là, chaque entreprise ne réalise, ni profit, ni perte. (Notez qu'il n'y a pas de profit pur, mais le bénéfice normal doit néanmoins tre couvert).

ENTRÉE DES ENTREPRISES SUR LE MARCHÉ

Quand la demande se situe au-dessus du minimum du coût total moyen, toutes les entreprises réalisent un profit pur. Ce profit attire alors de nouvelles entreprises dans le secteur. Rappelons qu'en situation de concurrence pure et parfaite, il n'existe aucune barrière à l'entrée sur le marché. Les nouvelles entreprises contribuent à augmenter le niveau de l'offre totale sur le marché et à pousser les prix vers le bas. La tendance à la baisse des prix réduit le revenu marginal (la demande) des entreprises vers, voire même sous le point minimum du coût total moyen.

SORTIE DES ENTREPRISES DU MARCHÉ

Quand le revenu marginal (la demande) passe sous le minimum du coût total moyen, les pertes réalisées forcent quelques entreprises à se retirer du secteur. Leur départ réduit l'offre totale, et relève les prix. L'augmentation des prix déplace les courbes de demande individuelle des entreprises vers le point d'équilibre, voire même au-dessus. L'entrée ou la sortie d'entreprises continue jusqu'à ce qu'il y ait équilibre entre le prix et le minimum du coût moyen.

COURBE D'OFFRE DE LONGUE PÉRIODE

En concurrence pure et parfaite, la courbe d'offre de longue période d'un secteur est parfaitement élastique (c.-à-d. horizontale) pour les industries à coûts constants, mais ascendante pour les

industries à coût croissants. Les coûts s'avèrent constant quand les ressources sont suffisantes, et croissants en situation de pénurie.

IMPACTS ÉCONOMIQUES DE LA CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

La concurrence pure et parfaite est considérée comme la forme idéale ou optimale de fonctionnement du marché car elle s'avère avoir un impact économique positif sur la société, dont on distingue deux sources:

- l'efficacité allocative, et
- l'efficacité productive

Néanmoins on notera quelques imperfections à cette forme de marché.

L'EFFICACITÉ PRODUCTIVE

L'efficacité productive de la concurrence pure et parfaite se traduit par le fait que le point d'équilibre de longue période de toutes les entreprises du secteur correspond au minimum du coût total moyen. Ceci signifie que toutes les entreprises sont obligées de réduire leurs coûts et d'utiliser la meilleure technologie disponible afin d'atteindre un coût total moyen minimum, qui ne saurait être supérieur à celui des autres entreprises du secteur. Il n'y a guère ni sous utilisation, ni sur utilisation des capacités de productions.

EFFICACITÉ ALLOCATIVE

En situation de concurrence pure et parfaite, l'efficacité allocative conduit chaque entreprise à produire exactement la quantité pour laquelle le prix perçu est égal au coût marginal des ressources utilisées. La société ne pourrait espérer obtenir plus, un prix inférieur. Les ressources sont également distribuées de manière optimale entre les différents secteurs, puisque les entreprises de chaque secteur offrent ces ressources à un prix que le consommateur est prêt à payer.

LIMITES DE LA CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

Malgré son impact macroéconomique positif, la concurrence pure et parfaite n'est pas en mesure de:

- corriger l'injustice dans la distribution des revenus,
- produire de biens publics en raison du manque de profit,
- stimuler le progrès technique pour la même raison,
- garantir une offre diversifiée puisque les produits sont homogènes et standardisés.

CHAPITRE 5:

MONOPOLE PUR

OBJECTIF D'ÉTUDE

Le but de ce chapitre est de montrer de quelle manière un monopole a le pouvoir de déterminer son prix de vente et la quantité à produire pour son bénéfice maximum. Le modèle du marché en monopole pur sera défini. La demande et le revenu marginal seront présentés. Il sera démontré qu'égaliser le revenu marginal au coût marginal garantit la quantité à produire et le prix optimal. On mettra en évidence les conséquences économiques du monopole et de la discrimination par les prix. Le chapitre sera clôturé par une analyse des monopoles réglementés.

MONOPOLE PUR

Le monopole pur est une forme de marché caractérisée par

- un seul vendeur ou producteur,

- un produit unique, sans substitut possible,
- la capacité du vendeur à fixer le prix comme il l'entend,
- le blocage de l'entrée dans l'industrie par des barrières légales, technologiques ou économiques, et
- aucun besoin d'actions ne se rapportant pas au prix, excepté dans une optique de relations publiques.

Les exemples de monopoles purs ne sont pas fréquents car ils sont habituellement réglementés ou totalement interdits. On peut en revanche facilement observer des cas dans lesquels une entreprise possède un pouvoir de monopole substantiel sans pour autant être considérée comme un monopole pur.

PRODUIT UNIQUE DU MONOPOLE

On est en présence d'un monopole lorsqu'une entreprise est la seule productrice d'un produit donné. Ce produit est donc unique à cette entreprise. On observe rarement de telles situations parce que des produits fournissant un service semblable peuvent en général être trouvés dans d'autres industries ou régions du monde. Le produit est unique au sens qu'il n'y a aucun substitut proche accessible facilement pour le consommateur.

Pendant presque un demi siècle, la compagnie américaine ALCOA était un monopole virtuel parce qu'il avait le contrôle de l'exploitation du minerai d'aluminium (appelé bauxite).

POUVOIR D'ETABLIR LES PRIX EN MONOPOLE

Un monopole a un pouvoir presque total d'établir les prix qu'il peut vouloir appliquer à ses clients. Le monopole est alors parfois mentionné comme "fixeur" de prix ("price-maker"). On doit noter, cependant, qu'un monopole ne fixe pas le prix à son niveau le plus élevé possible. Au lieu de cela il charge le prix qui maximise son profit. D'ailleurs, un monopole ne peut fixer un prix indépendamment du volume produit, c'est même le contraire: l'établissement du prix se fait en agissant sur la production .

BARRIÈRES A L'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ EN MONOPOLE

Le monopole existe quand les barrières d'entrée sont présentes; celles-ci peuvent être

- légales, telle que la propriété d'un brevet ou d'un copyright,
- juridiques, telle que sa nomination en tant que service public pour les monopoles naturels,
- technologiques, telle qu'une méthode secrète de production,
- dues à sa grande taille, de son âge, ou sa bonne réputation,
- la conséquence d'accès exclusif à une ressource principale (telle qu'un minerai), ou
- le résultat de tactiques injustes ou de concurrence déloyale.

CONCURRENCE DÉLOYALE

Diverses stratégies employées par des entreprises pour éliminer des concurrents en les forçant à faire faillite ou en empêchant de nouvelles entreprises d'entrer sur le marché, sont désignées sous le nom de concurrence déloyale. Elles peuvent inclure

- vente à très bas prix (à perte), ou
- contrôle d'un marché de ressource.

La plupart de ces stratégies sont considérées illégales dans les législations anti-monopoles de beaucoup de pays.

L'histoire de l'expansion des chemins de fer aux Etats-Unis pendant la dernière moitié du 19ème siècle est pleine d'exemples de ces stratégies cherchant à limiter des concurrents

ACTION DU MONOPOLE NE SE RAPPORTANT PAS AU PRIX

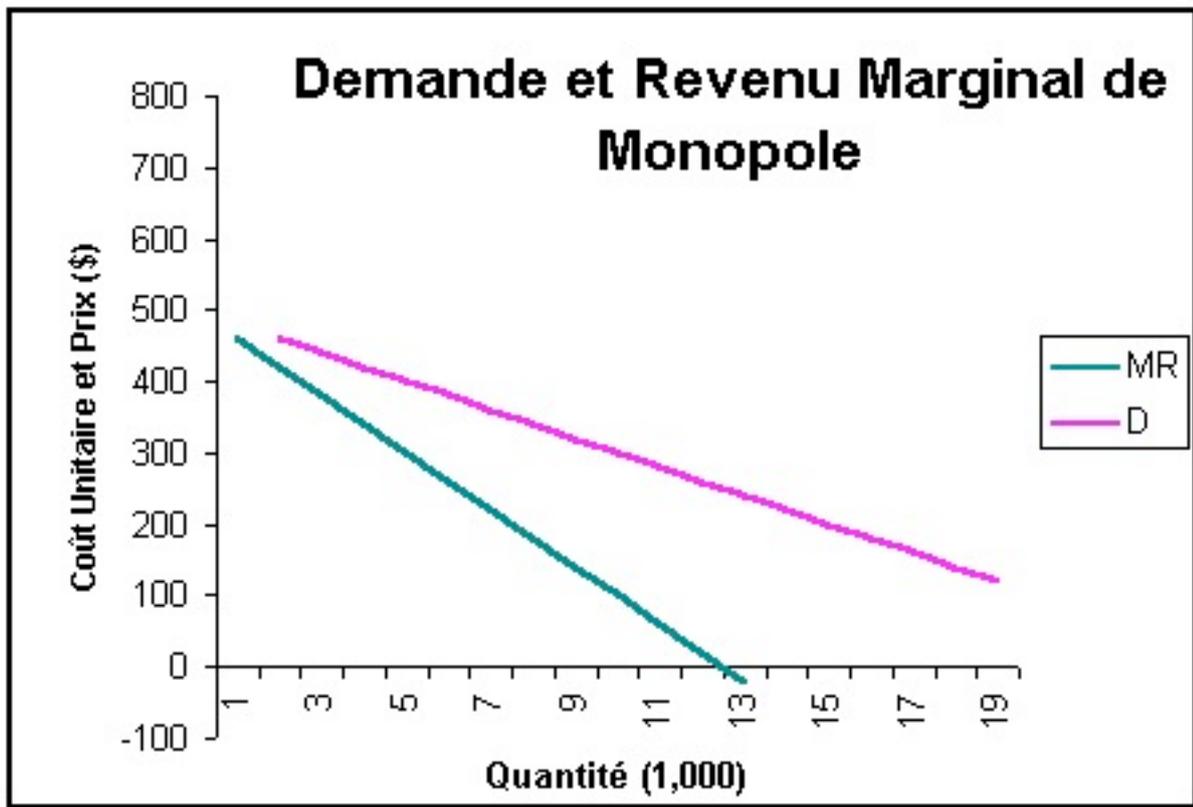
Puisqu'un monopoleur est la seule entreprise sur le marché, il semblerait a priori qu'il n'y a aucune nécessité pour des actions ne se rapportant pas au prix, telle que la publicité. Cependant, la publicité et d'autres actions ne se rapportant pas au prix sont employées dans une optique de relations publiques et afin d'éviter l'antagonisme des clients.

Les entreprises électriques sont des monopoles naturels et n'ont pas besoin de faire de publicité parce que les clients n'ont pas d'autre choix que de recevoir leur électricité d'elles. Mais ils font néanmoins de la publicité. Le but est souvent de convaincre leurs consommateurs que l'entreprise est de leur côté en leur donnant des conseils sur les économies d'énergie, par exemple.

DEMANDE DU MONOPOLE

La courbe de demande d'un monopole (D dans le graphique G-MIC5.1) est descendante parce que le monopole est la seule entreprise sur le marché, et que la demande de tout produit est sensible au prix.

Graphique G-MIC5.1



La courbe de la demande des monopoles naturels, tels qu'une entreprise électrique, est descendante. En effet, si l'entreprise électrique réussissait à obtenir une forte augmentation du prix du kilowatt, beaucoup de clients seraient susceptibles de se convertir à des sources d'énergie alternatives, telles que le gaz pour le chauffage et la cuisine.

REVENU MARGINAL DU MONOPOLE

Le revenu marginal est le revenu additionnel reçu pour la vente d'une unité supplémentaire. Puisque le monopole peut vendre une unité de plus seulement en abaissant son prix sur toutes les unités vendues, le revenu marginal n'est pas constant mais décroissant. Le revenu marginal est inférieur au prix de vente pour n'importe quelle quantité. Si la courbe de la demande est une ligne droite, la pente du revenu marginal est deux fois celle de la demande, ainsi que le graphique G-MIC5.1 le montre pour le revenu marginal MR.

Une algèbre simple peut prouver que la pente du revenu marginal est deux fois celle de la courbe de la demande associée. Si la demande peut être écrite comme $P=-aQ+b$, le revenu total PQ est $PQ=(-aQ+b)Q$. Le revenu marginal est la première dérivée du revenu total, c'est à dire $P=-2aQ+b$. Ainsi, le coefficient de la pente du revenu marginal est $-2a$, deux fois celui de la demande $-a$.

ÉLASTICITÉ DE LA DEMANDE DU MONOPOLE

La partie supérieure de la courbe de demande en monopole est élastique, et le revenu marginal est positif pour cette zone de production. La partie inférieure de la demande est inélastique, et le revenu marginal est négatif dans cette zone. Un monopole ne voudra donc jamais être dans la partie inélastique de sa demande puisqu'il peut augmenter ses revenus en augmentant le prix (voir chapitre précédent).

PROFIT DU MONOPOLE

Un monopole maximise son profit en déterminant le niveau de production tel que le revenu marginal est égal au coût marginal (c.-à-d. l'intersection des courbes de revenu marginal et de coût marginal). Si le monopole produit une unité de moins il renonce à une partie de son bénéfice (sur l'unité qui n'est pas vendue), et s'il produit une unité de plus il est forcé d'accepter une diminution de son bénéfice (puisque le coût marginal excède le revenu marginal pour cette dernière unité).

Plusieurs des plus grandes fortunes aux Etats-Unis résultent de l'accumulation des bénéfices de monopoles. Par exemple, la Standard Oil (avant qu'elle fut fractionnée) a produit la richesse de la famille des Rockefeller.

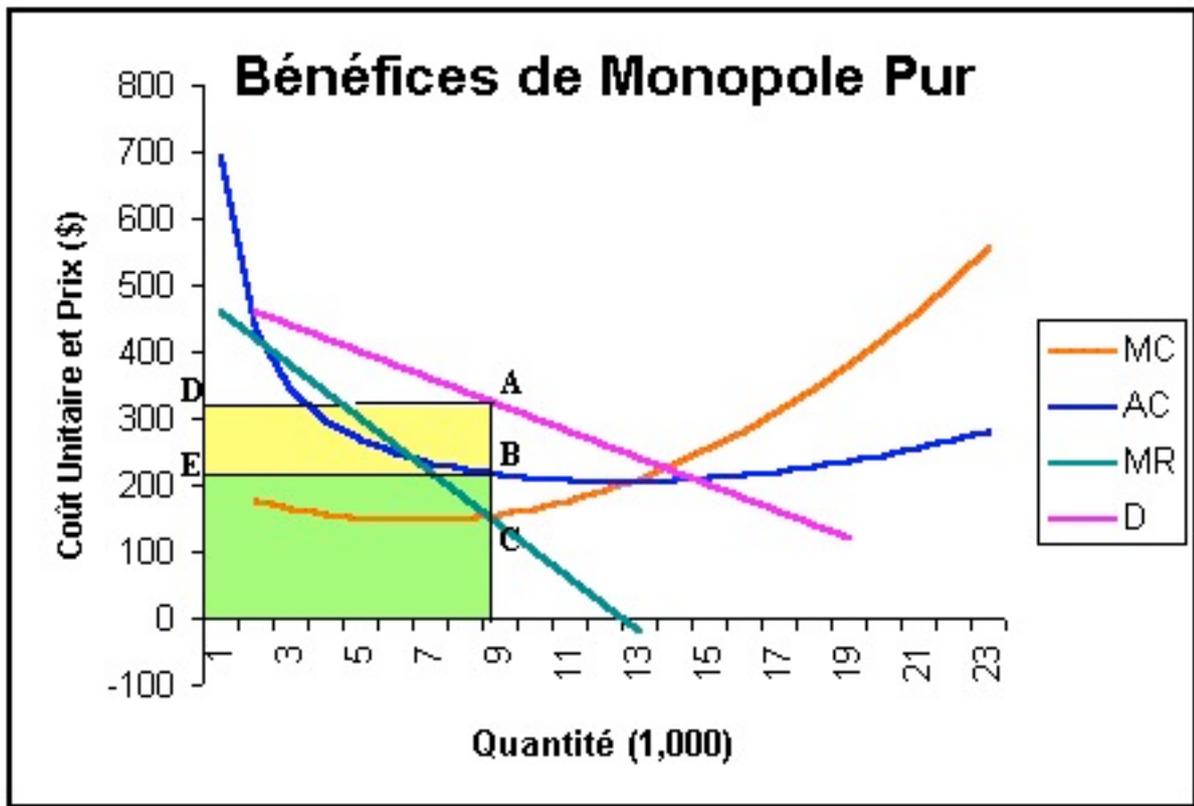
QUANTITÉ OPTIMUM DU MONOPOLE

Le bénéfice d'un monopole est déterminé en trouvant d'abord la quantité optimum avec la règle d'égalité du revenu marginal et du coût marginal. Ensuite, en fonction de cette quantité optimale, le monopole peut déterminer le prix unitaire sur la courbe de demande, et le coût de revient unitaire sur la courbe du coût total moyen.

AIRE DU BÉNÉFICE DU MONOPOLE

Le bénéfice du monopole est la différence entre le revenu total (chiffre d'affaire) et le coût total. Le revenu total est représenté par un rectangle dont la hauteur correspond au prix sur la courbe de demande, et la largeur à la quantité (déterminé par $MR=MC$). Le coût total est un rectangle avec coût de revient unitaire moyen (sur le coût total moyen) comme hauteur, et quantité comme largeur. L'aire par laquelle le revenu total excède le coût total est l'aire du bénéfice, ou rectangle ABED dans le graphique G-MIC5.2.

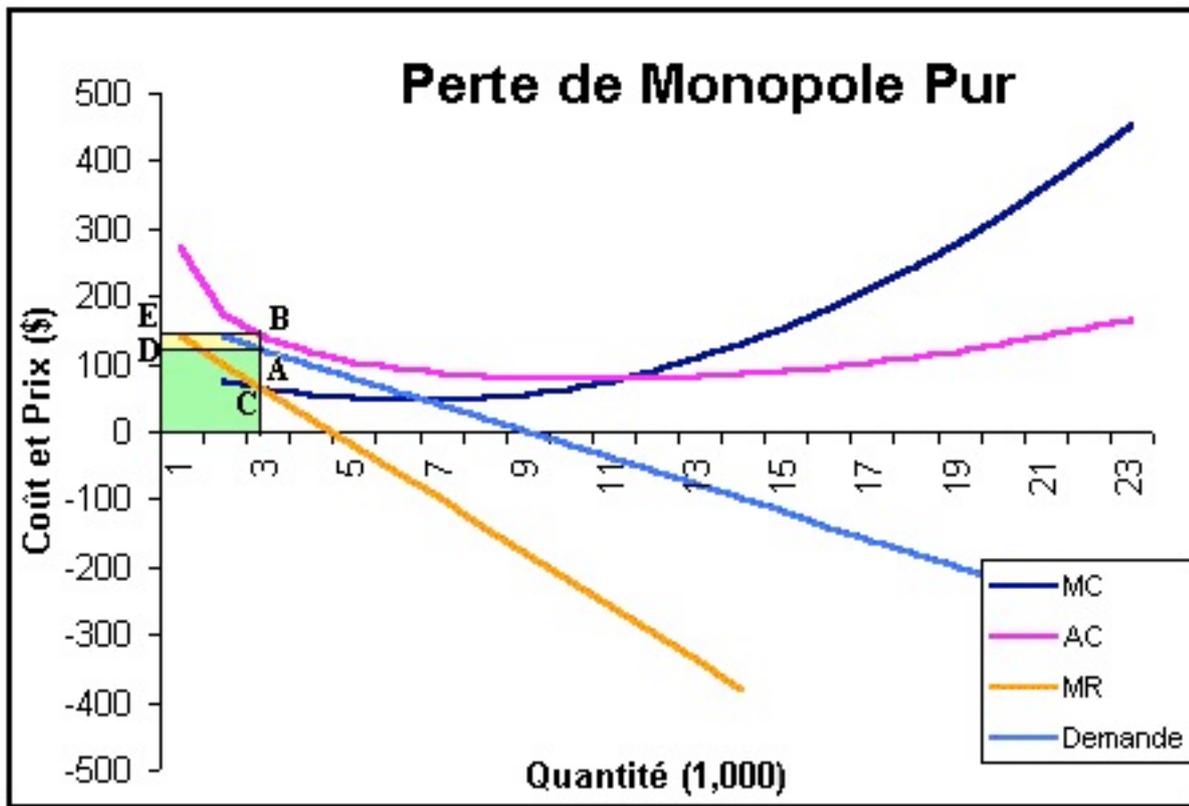
Graphique G-MIC5.2



PERTE DU MONOPOLE

Un monopole cherche à maximiser ses bénéfices, et est en mesure d'accéder à ce but en contrôlant le prix et la quantité. Cependant, une diminution significative de la demande des clients peut contraindre le monopole à subir des pertes (à court terme), et peut même l'amener à faire faillite (à long terme). La perte est le rectangle ABED dans le graphique G-MIC5.3 ci-dessous.

Graphique G-MIC5.3



BÉNÉFICE SUBOPTIMAL DU MONOPOLE

La stratégie d'un monopole devrait être de maximiser son bénéfice total. Un tel résultat ne pourrait être obtenu en maximisant l'un ou l'autre du profit unitaire, du prix unitaire ou du revenu total. Cependant, dans certains cas un monopole peut vouloir employer une stratégie de prix sous-optimale, par exemple, pour créer une barrière à l'entrée additionnelle ou pour éviter une confrontation avec ses clients.

EFFETS ÉCONOMIQUES DU MONOPOLE

Un marché de type monopolistique est fortement indésirable pour notre société en raison de la perte considérable de l'efficacité productive et de l'efficacité allocative: le prix payé est plus élevé qu'en concurrence parfaite, et la quantité est plus petite. Le monopole sous-utilise les ressources en réduisant la production de biens que la société désire. Le prix pratiqué est beaucoup plus élevé que le coût des ressources additionnelles utilisées. Cependant, les économies d'échelle et le progrès technologique sont rendus possibles (ce qui n'est pas vrai en la concurrence parfaite).

L'OPEP n'est pas un monopole pur, mais un cartel qui sera mentionné de nouveau dans le chapitre 7. Mais, en 1973 et 1979, l'OPEP a agi comme un monopole en parvenant à augmenter les prix du pétrole par une limitation de son offre. Beaucoup de gens dans le monde entier, y compris aux Etats-Unis, furent affectés par ces actions. Certaines personnes n'urent pas les moyens de supporter le cout du chauffage de leur maison et le coût du transport indispensable. D'autres personnes perdirent leurs emplois lorsque de nombreuses entreprises furent forcées de réduire sensiblement leur production à cause des coûts excessifs.

ÉCONOMIES D'ÉCHELLE DU MONOPOLE

Malgré son effet économique globalement indésirable, un monopole peut dans certaines circonstances produire des économies d'échelle substantielles, qui peuvent être répercutées dans la société par un prix inférieur. Les petites entreprises de la concurrence parfaite ne sont pas assez importantes pour générer des économies d'échelle. De telles économies d'échelle peuvent

être observées principalement parmi les monopoles naturels. Certains économistes ont mis en cause l'existence de cet effet économique bénéfique.

PROGRÈS TECHNOLOGIQUE DU MONOPOLE

Un autre avantage potentiel pour la société en situation de marché monopolistique est que les bénéfices sont souvent la motivation pour engendrer le progrès technologique, et l'investissement dans de nouvelles technologies est rendu possible par ces profits. Cependant, pour les monopoles protégés par des barrières à l'entrée, il n'est pas nécessaire d'investir dans la recherche. Si elles le font cependant, ce peut être pour atteindre des coûts inférieurs, obtenir des bénéfices additionnels ou pour créer de nouvelles barrières à l'entrée.

DISCRIMINATION PAR LES PRIX

Il y a discrimination par les prix lorsque des prix différents sont facturés pour le même produit, et que cette différence ne peut être expliquée par des différences de coûts.

Un bon exemple de discrimination par les prix est une entreprise de téléphone qui pratique différents taux pour les appels de nuit et de jour. La raison pour laquelle l'entreprise de téléphone peut charger des taux plus élevés de jour est que la demande est inélastique: certains appels doivent être faits pendant les heures ouvrables. Cette discrimination est tolérée par la commission de régulation car elle permet une économie pour ceux qui peuvent attendre jusqu'au soir pour faire leurs appels.

CONDITIONS POUR UNE DISCRIMINATION PAR LES PRIX

Afin que la discrimination de prix soit possible, une entreprise doit

- être un monopole ou avoir un certain pouvoir sur les prix,
- pouvoir segmenter son marché, et
- pouvoir empêcher la revente d'un segment du marché un autre.

D'une façon générale, les segments du marché devraient avoir différentes élasticités.

EFFETS DE LA DISCRIMINATION DE PRIX

Le but de la discrimination de prix est d'augmenter le bénéfice du monopole. Cette stratégie consiste à pratiquer un prix plus élevé pour les clients dont la demande est la plus inélastique au prix. La discrimination par les prix est généralement considérée comme une pratique injuste et nocive pour la société. Aux Etats-Unis, la discrimination de prix a été rendue illégale par la Loi de Sherman. Elle est néanmoins tolérée dans beaucoup de cas, en partie, parce qu'elle peut avoir comme conséquence un plus grand volume de production totale, et est quelques fois une forme de redistribution de revenu.

MONOPOLE NATUREL

On dit que les monopoles naturels existent dans les industries où la concurrence est impossible, et aurait des conséquences coûteuses de duplication du capital fixe. La plupart des monopoles naturels sont des services publics. Dans ce cas ils sont réglementés par des commissions.

Une entreprise de distribution d'eau est un monopole naturel typique. Elle est habituellement le seul fournisseur d'eau pour une section donnée de la ville parce que ce serait du gaspillage en termes de capital fixe que d'avoir plus d'une entreprise de distribution d'eau pour une même maison.

MONOPOLE RÉGLEMENTÉ

La tâche principale de la commission réglementant les monopoles naturels est d'établir le prix (ou taux) que le monopole est autorisé à pratiquer. Pour ce faire, une méthode de détermination de prix est la méthode du juste-profit. Le prix est déterminé au niveau pour lequel il est égal au coût total moyen. On permet au coût total moyen d'inclure un taux de profit du marché pour s'assurer que de nouveaux fonds peuvent être attirés en vue d'expansion future. Cette pratique résulte souvent par un remboursement des coûts par les monopoles.

Pratiquement toutes les compagnies de gaz, d'eau, d'électricité et de téléphone sont des compagnies réglementées. Beaucoup d'entreprises dans le secteur du transport sont également réglementées (tel que le transport urbain d'autobus et le fret). La déréglementation de certaines industries a démontré que le processus de réglementation fait (par exemple dans le cas des lignes aériennes) au détriment - et non pas à l'avantage - des consommateurs. Certaines déréglementations ont eu des conséquences très néfastes, tel que celle de l'électricité en Californie où les consommateurs virent leur coût d'électricité quadruplé en 2001.

SUBVENTION DE MONOPOLES RÉGLEMENTÉS

Dans quelques cas de monopoles naturels, un prix en-dessous du coût moyen est imposé aux entreprises de service public pour exiger un grand volume de production de l'entreprise. La perte supportée par l'entreprise est alors compensée par une subvention. Ce cas est le plus courant pour les entreprises de transport urbain.

CHAPITRE 6:

CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

OBJECTIF D'ÉTUDE CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

NOMBRE D'ENTREPRISES EN CONCURRENCE

Le but de ce chapitre est d'analyser une forme très commune de marché où les entreprises sont nombreuses mais ont une certaine puissance monopolistique. Nous parlerons d'abord des caractéristiques du marché. Puis nous étudierons comment fonctionne l'équilibre à court et à long terme. Nous en déduisons enfin l'effet économique d'un tel marché. Et puisque les actions ne se rapportant pas aux prix jouent un rôle important dans ce type de marché, nous accorderons une place particulière à la publicité.

CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

Dans la concurrence monopolistique, le marché est caractérisé par

- un grand nombre d'entreprises,
- des produits différenciés (et qui ne sont pas considérés comme des produits de remplacement parfait par les consommateurs),
- une capacité des vendeurs à fixer leur prix librement,
- la libre entrée et sortie dans le marché,
- beaucoup d'actions ne se rapportant pas au prix afin de rendre possible pour chacun l'identification de son propre produit.

La forme du marché de concurrence monopolistique est très courante. Presque toutes les activités de vente au détail sont régies par cette forme de marché. Les petites entreprises dans tous les secteurs font également partie de cette catégorie. Monter un commerce est relativement facile, mais le faire prospérer dans le temps ne l'est pas: cela exige la capacité de convaincre les clients que le produit est différent et meilleur que celui des concurrents.

NOMBRE D'ENTREPRISES EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

Le grand nombre d'entreprises en concurrence monopolistique implique que les entreprises soient de petite taille par rapport à la totalité du marché. Bien qu'elles aient un certain pouvoir sur le prix (dans la mesure où leurs produits sont différenciés), elles n'ont pas suffisamment de puissance pour exercer des représailles si une autre entreprise change le prix de leur produit. C'est ce qui différencie principalement cette forme de marché de l'oligopole.

PRODUITS DIFFÉRENCIÉS EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

Le produit dit "différencié" vendu par une entreprise en concurrence monopolistique a des caractéristiques qui incitent un client à le préférer aux articles semblables produits par d'autres entreprises. Ces caractéristiques peuvent être physiques ou simples fruits de la publicité. Le pouvoir de toute entreprise d'élever ses prix vient du fait même que les produits n'ont pas de pendants qui puissent les remplacer parfaitement. Des actions ne se rapportant pas au prix sont alors nécessaires pour différencier les produits.

ENTRÉE DANS LE MARCHÉ EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

En situation de concurrence monopolistique, aucune barrière n'existe ni à l'entrée ni à la sortie du marché. Cependant, la nécessité de différencier son produit entraîne des actions ne se rapportant pas au prix, qui, si elles échouent, pourraient faire sortir l'entreprise du marché en raison des coûts supplémentaires.

LA DEMANDE EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

La demande en concurrence monopolistique résulte de la préférence des clients pour les caractéristiques du produit différencié. Cependant, parce qu'il y a beaucoup de produits de remplacement aisément disponibles, la demande est fortement élastique. Graphiquement, ceci signifie que la courbe de la demande d'une entreprise en concurrence monopolistique est plus plate que celle observée en cas de monopole.

La demande pour les produits d'un restaurant est susceptible d'être très élastique parce qu'il y a beaucoup d'autres concurrents capables de fournir des repas aux clients. Cependant, la demande n'est pas parfaitement élastique (c.-à-d. horizontale) comme dans le cas de la concurrence parfaite parce que, chaque restaurant a quelque chose à offrir que d'autres restaurants n'ont pas. Par exemple, la commodité, le cadre, le raffinement du menu ou tout simplement l'atmosphère.

LE BÉNÉFICE EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

Le bénéfice d'une entreprise en concurrence monopolistique est déterminé de la même manière que dans tous les autres types de marché, soit par la règle suivante : la quantité est optimale quand le revenu marginal rencontre le coût marginal. Ce niveau optimum de production détermine ensuite le prix de vente unitaire (sur la courbe de la demande) et le coût de revient moyen (sur la courbe du coût total moyen). Le bénéfice est ce qui dépasse le secteur de revenu total au-dessus du secteur de coût total.

Un restaurant devrait théoriquement servir des clients supplémentaires si et seulement si le revenu supplémentaire ou marginal dépasse le coût supplémentaire ou marginal du dernier repas servi. On peut observer l'application de cette règle dans la façon dont sont acceptées les réservations (moyen de maîtriser le nombre de clients). Sans réservations, le restaurant est forcé de servir les clients parfois en surcharge et de les faire attendre avant de pouvoir s'occuper d'eux.

ÉQUILIBRE A LONG TERME EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

L'équilibre à long terme d'une entreprise en concurrence monopolistique est situé là où la demande est tangente à la courbe du coût total moyen. A ce point, il n'y a aucun bénéfice. Dans le cas d'un bénéfice (si la demande est au-dessus de la courbe du coût total moyen), de nouvelles entreprises entreraient dans le marché et réduiraient la demande de chaque compagnie. En cas de perte (quand la demande est au-dessous du coût total moyen), des entreprises quitteraient le marché, la demande et le prix pour chaque compagnie restante s'élèveraient. Les entreprises peuvent, cependant, maintenir leurs bénéfices en agissant sur autre chose que les prix.

Une chaîne de restaurant qui réussit entraîne une foule d'imitateurs. Plusieurs chaînes ont essayé de "faire du Mac Donald". Ils ont attiré une partie de la clientèle des "fast food" et ont fait des bénéfices. En retour, la riposte de Mac Donald s'est traduite par une intensification de sa publicité.

EFFET ÉCONOMIQUE EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

En général, l'effet économique en concurrence monopolistique se traduit par une perte indésirable de l'efficacité allocative et productive : le client paye plus mais a une capacité d'achat moins grande que dans la concurrence parfaite. Cependant, l'effet n'est pas aussi important que dans un monopole et les produits différenciés fournissent une variété attractive et recherchée par les consommateurs. Néanmoins, on observe un certain gachis dans des capacités excessives et dans des actions ne se rapportant pas aux prix.

Les marchés de biens génériques fonctionnent presque en concurrence parfaite parce qu'ils sont normalisés. Les produits de marque connue du même type (comme c'est le cas pour les biscuits par exemple) sont en concurrence monopolistique parce qu'ils ne produisent pas exactement les mêmes articles. Les clients doivent payer un prix plus élevé pour des produits de marque (comme BN ou Lu), mais ça ne les gêne pas.

OPERATIONS NE SE RAPPORTANT PAS AU PRIX EN CONCURRENCE MONOPOLISTIQUE

En concurrence monopolistique, les entreprises s'engagent dans des opérations ne se rapportant pas au prix, il s'agit principalement

- de déclinaison et de développement des produits
- ou de publicité.

La déclinaison d'un produit peut donner l'illusion d'une nouveauté. La diversité des produits peut alors constituer un écueil parce qu'elle perd les consommateurs dans une offre excessive.

Les producteurs de marque ont divers moyens pour rendre leurs produits attrayants. La publicité est l'outil principal. Les producteurs d'articles génériques n'ont théoriquement pas à l'utiliser.

ARGUMENTS EN FAVEUR DE LA PUBLICITÉ

Les arguments en faveur de la publicité sont

- elle est instructive,
- elle augmente les ventes et permet des économies d'échelle,
- elle augmente les ventes et contribue à une croissance économique,
- elle finance les médias,
- elle augmente la concurrence et tend à faire baisser les prix.

La publicité d'un nouveau produit joue un rôle majeur : pensez à un événement artistique que des téléspectateurs intéressés auraient manqué parce qu'il n'a pas été annoncé. En réalité, la majeure partie de la publicité (à la télévision par exemple) est axée sur des produits déjà connus et établis comme les boissons non alcoolisées par exemple ou d'autres produits de grande consommation; la publicité a alors seulement pour but d'éloigner les clients des concurrents.

ARGUMENTS CONTRE LA PUBLICITÉ -

Les arguments qui vont à l'encontre de la publicité sont :

- la publicité n'est pas instructive mais concurrentielle,
- les économies d'échelle sont illusoires,
- la publicité gonfle les coûts,
- les annonceurs en se les appropriant privent les médias de leur neutralité
- la publicité est employée comme barrière d'entrée, et
- la publicité n'est pas une activité productive.

CHAPITRE 7:

OLIGOPOLE

INTRODUCTION

Ce chapitre étudiera une forme de marché appelé l'oligopole. Vous apprendrez qu'un nombre restreint d'entreprises à l'intérieur d'un même marché engendre une interdépendance mutuelle entre celles-ci. La crainte d'une guerre de prix est confirmée par la courbe de la demande coudée. Les formes de marché collusoires et non-collusoires sont analysées. L'effet économique de l'oligopole est détaillé.

CARACTÉRISTIQUES DE L'OLIGOPOLE

L'oligopole se caractérise par :

- un marché dominé par quelques grandes entreprises, contenant également beaucoup d'autres petites entreprises,
- un produit normalisé ou différencié,
- le pouvoir des entreprises dominantes d'établir leurs prix, mais avec une crainte de représailles,
- des barrières technologiques ou économiques à devenir une entreprise dominante,
- une utilisation considérable de formes de concurrence non-relées aux prix en raison d'une crainte d'une guerre des prix.

Toute grande entreprise fait partie d'un marché oligopolistique. Être une grande entreprise sous-entend presque automatiquement que celle-ci a développée des moyens de contrôle sur son marché.

CONCENTRATION DE L'OLIGOPOLE

Un marché oligopolistique est caractérisé par un petit nombre d'entreprises dominantes. Il peut y avoir un grand nombre de petites entreprises, mais seules les plus grandes entreprises ont le pouvoir d'exercer des représailles. L'industrie est donc concentrée parmi quelques entreprises seulement, 2 à 10, possédant chacune une très grosse part de ce marché.

L'industrie de l'essence est un oligopole aux États-Unis: elle est dominée par quelques très grandes entreprises telles Exxon, Mobil, Chevron et Texaco. Notez cependant que beaucoup de petites entreprises existent à l'intérieur de ce marché, tels que de petites stations d'essence indépendantes qui ne vendent que dans une ville ou une région.

LES CAUSES DE LA CONCENTRATION DE L'OLIGOPOLE

Les causes majeures de cette concentration élevée sont :

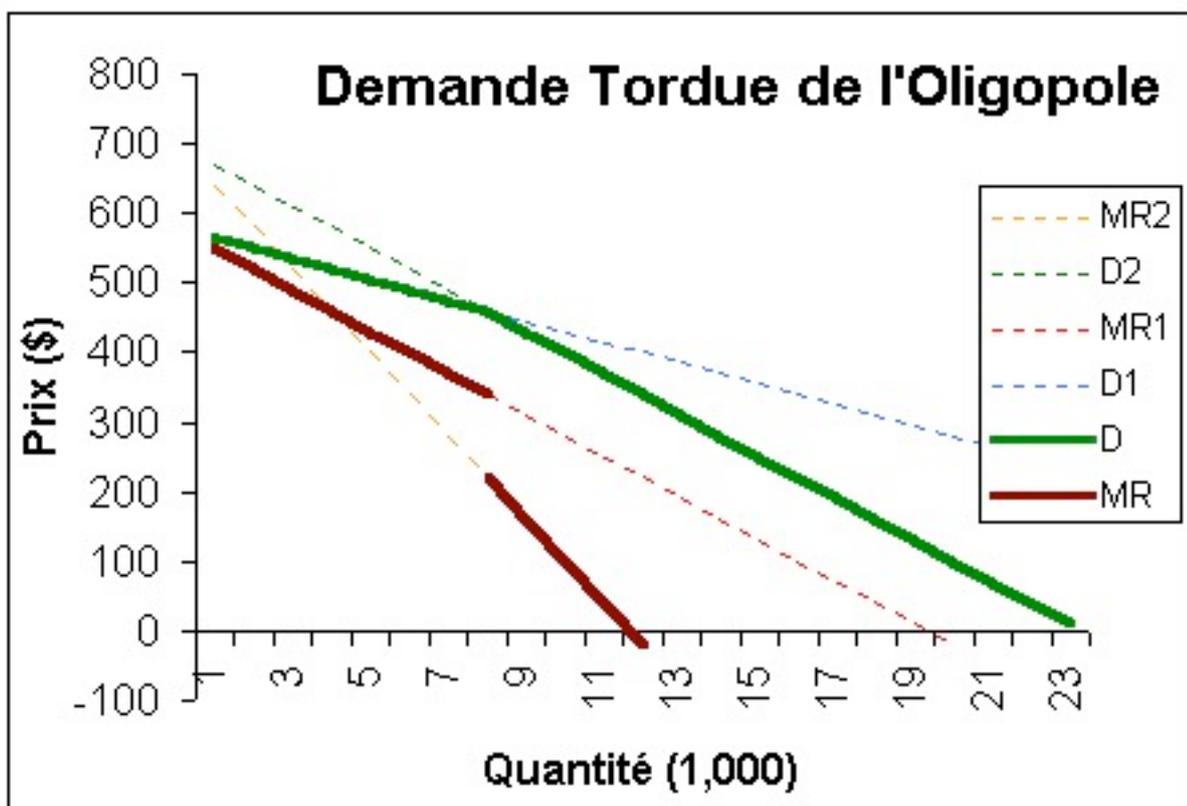
- les économies d'échelle nécessaires pour la production de certaines marchandises,
- les cycles commerciaux éliminant les concurrents les plus faibles,
- les profits créés par les fusions, et
- d'autres barrières telles que le développement technologique et la publicité.

L'histoire de l'industrie automobile aux États-Unis est un bon exemple de processus continu d'augmentation de la concentration d'une industrie aux mains de trois géants: GM., Ford et Chrysler. Chrysler a récemment acquis American Motors qui était en difficulté. Au début de ce siècle, un nouveau cycle de concentration à l'échelle globale se devine alors que Daimler acquière Chrysler, Renault acquière Nissan et GM tente d'acquérir Daewoo. De plus, le volume de production nécessaire à la rentabilité (100 000 véhicules) est une barrière considérable pour toute nouvelle entreprise souhaitant pénétrer ce marché.

LA COURBE DE LA DEMANDE COUDÉE

La demande de chaque entreprise faisant partie d'un oligopole est faite de deux segments de courbe de demande séparés. La partie supérieure est fortement élastique; si une entreprise augmente son prix, les autres entreprises ne suivent pas, et l'entreprise perd sa part de marché. La partie inférieure est inélastique; si l'entreprise baisse son prix, les entreprises suivent, et aucune entreprise n'augmente alors sa part de marché.

Graphique G-MIC7.1



On trouve souvent plusieurs stations d'essence côte à côte aux bords des autoroutes. Elles offrent généralement les mêmes prix ou des prix très semblables. Si une station d'essence tente d'augmenter son prix de 125.9 à 127.9, les clients n'ont qu'à acheter leur essence de l'autre côté de la rue. La station d'essence qui a augmenté son prix perd des profits. Si la même station d'essence baisse son prix à 123.9, elle attirera de nouveaux clients uniquement jusqu'à ce que les autres stations baissent également leur prix; alors elles subiront toutes des pertes.

STABILITÉ DES PRIX DE L'OLIGOPOLE

La leçon à tirer de la demande coude est qu'une stratégie d'augmentation des prix fera perdre des recettes à une entreprise, de même qu'une stratégie de diminution des prix. Ainsi, les entreprises auront tendance à ne pas modifier leur prix. En outre, en raison de la courbe de la demande coude, la revenu marginal est coupé. N'importe quelle courbe de coût marginal se trouvant dans cette brèche mènera à la même quantité optimale. Ainsi, un même prix est-il optimum pour plusieurs structures de coûts différentes.

COLLUSION

Toute entreprise faisant partie d'un oligopole cherche à éviter une guerre des prix et à s'entendre avec les autres entreprises sur un prix plus élevé et des volumes de vente protégés. De tels accords sont généralement illégaux. Ainsi, ces accords se font en secret : c'est ce que l'on appelle la collusion.

Toutes les entreprises tendent à s'observer l'une l'autre, comme dans le cas des stations d'essence. Leurs actions sont cependant indépendantes. Une collusion se produirait si toutes les stations d'essence décidaient simultanément d'augmenter leurs prix afin d'augmenter leurs revenus. Une telle action concertée et délibérée est interdite.

LES BÉNÉFICES

Les bénéfices des entreprises de l'oligopole sont déterminés exactement de la même manière que pour toute autre forme de marché: à partir de la quantité optimum où le revenu marginal est égal au coût marginal, le prix est déterminé par la courbe de la demande et le coût de revient unitaire par la courbe de coût total moyen. Cependant, cette équation peut être affectée par la courbe de la demande coudée. En outre, dans un oligopole en collusion, toutes les entreprises agissent comme si elles faisaient partie d'un seul monopole et la production est divisée entre les entreprises.

L'OPEP agit comme un agent monopolisateur en limitant la production de ses membres par l'imposition de quotas-parts. Chaque membre reçoit sa part des bénéfices du monopole potentiel, mais ne peut décider indépendamment du prix et du volume de production .

CARTEL

Un cartel est un accord officiel entre plusieurs entreprises d'un oligopole. Cet accord fixe le prix que les entreprises peuvent exiger pour leurs produits et indique souvent des limites de production ou des quotas-parts du marché pour chaque entreprise. Les cartels sont illégaux dans la plupart des pays du monde. L'OPEP est un exemple flagrant de cartel. Ce cartel survit parce qu'il existe en dehors du contrôle d'un seul pays.

L'OPEP est un bon exemple de cartel qui réussit. Les quotas de production des pays membres ont donné lieu à des augmentations de prix spectaculaires (de \$1,10 à \$11,50 par baril de pétrole au début des années 70, et jusqu'à \$34,00 vers la fin des années 70: une augmentation de 3400% en dix ans). Les difficultés récentes de l'OPEP reflètent également certaines caractéristiques des cartels: nouveaux producteurs, difficulté à imposer les quotas et à maintenir les prix.

DISSOLUTION D'UN CARTEL

Les cartels et les autres formes de collusion tendent à se dissoudre pour les raisons suivantes:

- des pressions existent pour que chaque entreprise vende moins que son quota prévu,
- les entreprises ont des structures différentes de coûts entraînant des difficultés pour certains,
- les récessions ajoutent aux difficultés de certaines entreprises,
- les nouvelles entreprises pénétrant le marché ne respectent pas l'accord,
- quand le cartel comprend plusieurs entreprises, les règles disciplinaires sont plus difficiles à appliquer.

De nombreux producteurs de produits de base ont tenté de copier le succès de l'OPEP dans les années 70 avec des accords de quotas-parts sur le café, le cacao, l'étain et le cuivre, par exemple. Au bout de quelques années les quotas n'ont plus été respectés et ces cartels se sont dissous.

INTERDÉPENDANCE MUTUELLE DE L'OLIGOPOLE

L'interdépendance mutuelle des entreprises d'un oligopole est expliquée par la nécessité de maintenir une stabilité des prix telle que l'illustre l'analyse de la courbe de la demande coudée. Elle peut mener les entreprises à suivre des stratégies qui ne constituent pas nécessairement une collusion, mais qui produisent des résultats semblables, c'est-à-dire :

- une stratégie de domination des prix où les prix sont fixés par l'entreprise dominante ou celle qui est la plus dynamique. Cette entreprise est la première à changer son prix et les autres entreprises suivent, ainsi que
- la méthode du coût-plus (ou marge bénéficiaire) de détermination des prix dans laquelle les prix sont alignés dû à des marges bénéficiaires identiques des entreprise pour des coûts semblables.

Le taux d'intérêt préférentiel des banques (c.-à-d. le taux d'intérêt offert par les banques commerciales à leurs meilleurs clients) est habituellement comparable entre grandes banques. Les changements de ce taux interviennent au court d'une période très courte (moins d'un jour), à l'initiative de l'une de ces banques. Malgré que ces changements simultanés aient été jugés comme étant non-collusoires, ils dénotent tout de même un degré élevé d'interdépendance.

ACTIONS NON RELIÉES AU PRIX À L'INTÉRIEUR DE L'OLIGOPOLE

Le développement de produit et la publicité sont couramment utilisés dans un oligopole par crainte d'une guerre des prix. En fait, ces stratégies sont essentielles aux grandes entreprises pour maintenir leur leadership.

Les fabricants automobile utilisent fréquemment le développement de produit et la publicité. L'industrie pétrolière qui est également un oligopole et qui comprend des compagnies telles Exxon, Mobil, Chevron, fait également grandement usage de la publicité. La publicité de ces compagnies met en valeur le nom de la compagnie plutôt que son produit puisque les compagnies pétrolières ont toutes un produit identique.

LES EFFETS ÉCONOMIQUES DE L'OLIGOPOLE

L'oligopole n'est pas une saine forme de marché du point de vue social, comparativement au marché de concurrence pure, en raison de la perte d'efficacité productive et d'allocation. L'effet indésirable peut être même plus néfaste que celui d'un monopole parce que la réglementation n'est pas possible, il y a moins d'économies d'échelle et plus d'actions inutiles ne se rapportant pas au prix. Cependant, quelques effets bénéfiques peuvent exister comme les progrès technologiques et une grande échelle de production.

Le cas extrême d'un cartel réussi, tel que l'OPEP, démontre les effets néfastes de l'oligopole dans la réduction de disponibilité d'un produit essentiel et dans l'augmentation considérable du prix. Il est à noter qu'on observe également des prix élevés dans des industries manufacturières qui ne sont pas des cartels.

LES PROGRÈS TECHNOLOGIQUES APPORTÉS PAR L'OLIGOPOLE

L'oligopole est considéré comme un mal nécessaire où profits et compétition se rencontrent en vue de stimuler le progrès technologique et de le rentabiliser. Cependant, des études prouvent que la plupart des percées technologiques proviennent de petites entreprises plutôt que de grandes.

L'industrie informatique est dominée par quelques grandes entreprises, notamment IBM. Toutes les entreprises dépendent fortement du progrès technologique. Malgré tout, c'est souvent les petites entreprises qui amènent les idées les plus innovatrices dans leur domaine. Les super ordinateurs par exemple, sont un produit de Cray. Une nouvelle génération de micro-ordinateurs a récemment été lancée par une société nommée Next.

CHAPITRE 8:

RESSOURCES ÉCONOMIQUES

INTRODUCTION

Les entreprises utilisent plusieurs ressources tel que la main d'oeuvre, les terrains, le capital, l'esprit d'initiative et la capacité de s'adapter à toutes les circonstances du marché. Le but de ce chapitre est de décrire combien de ces ressources les entreprises utilisent et à quel prix.

La demande des ressources découle directement de la demande des marchandises produites par ces mêmes ressources. Nous énumérerons les causes des changements de la demande et de son élasticité. Nous présenterons la combinaison optimale des ressources comme étant basée sur l'égalité du revenu marginal du produit et du coût marginal des ressources.

LA DEMANDE DÉRIVÉE

La demande de toute ressource découle de la demande du produit pour lequel les ressources sont employées.

Un restaurant embauchera des employés s'il a besoin de servir plus de repas. Aucune demande de repas donc aucune demande de serveurs. Les deux disparaissent ensemble.

REVENU MARGINAL DU PRODUIT

L'addition d'une unité supplémentaire de ressource utilisée pour la production génère une augmentation des revenus. Ce revenu marginal peut être calculé en multipliant la production matérielle marginale par le prix du produit vendu par l'entreprise.

Si un restaurant emploie un cuisinier de plus (ou n'importe quel autre type d'employé), ce restaurant ne pourra certainement pas payer le cuisinier (ou autre employé) plus que ce qu'il génère comme revenus additionnels. Autrement le restaurant fermerait évidemment ses portes.

PRODUCTION MATÉRIELLE MARGINALE

La production matérielle marginale est la quantité additionnelle de marchandise qui peut être produite en employant une unité supplémentaire d'une ressource utilisée pour la production.

Un restaurant sert 1000 repas par jour avec le contingent existant de serveurs. Si le nombre de repas que le restaurant peut servir grimpe jusqu'à 1050 en ajoutant un serveur de plus, la production matérielle marginale du serveur supplémentaire est de 50 repas.

UTILISATION OPTIMALE DES RESSOURCES

La quantité optimale de n'importe quelle ressource qu'une entreprise devrait utiliser est déterminée par l'intersection des courbes du coût marginal de la ressource et du revenu marginal du produit. Si une unité de moins de la ressource est utilisée, l'entreprise renoncerait à une occasion de faire un profit sur cette dernière unité. Si une unité de plus de la ressource est utilisée, le coût additionnel dépasserait le revenu additionnel et le bénéfice total serait moindre.

Un restaurant doit embaucher quelques serveurs de plus. Il continuera à ajouter un serveur en plus à son personnel aussi longtemps que le revenu additionnel (ou marginal) produit par ce nouveau serveur dépasse le coût additionnel (ou marginal) que ce nouvel employé génère. Si le coût additionnel excède le revenu additionnel, le restaurant ne devrait pas garder ce dernier employé.

COÛT MARGINAL DES RESSOURCES

Le coût marginal de la ressource est le coût additionnel qui résulte de l'utilisation d'une unité de plus de la ressource utilisée pour la production. Si le marché des ressources est en concurrence parfaite, le coût marginal de la ressource est égal à l'offre et au prix de cette ressource; graphiquement la courbe de l'offre et du coût marginal de la ressource dans ce cas est horizontale. Si un monopsonne est présent, les deux courbes de l'offre et du coût marginal sont ascendantes et le coût marginal de la ressource est plus haut que la courbe d'offre.

Si une entreprise est en mesure de payer un salaire moindre lorsqu'elle emploie peu d'employés mais doit augmenter le salaire qu'elle offre pour pouvoir attirer plus d'employés, cette entreprise est en position monopsonistique. Son offre de travail est ascendante. Si la ligne d'offre peut être écrite algébriquement comme étant $W=aH+b$ (où W est salaire, H est le nombre d'heures travaillées, a et b sont des coefficients), son coût total de main d'oeuvre est $W \times H$, ou $(aH+b)H$ et son coût marginal de main d'oeuvre est $MRC=2aH+b$. Le coût marginal de la ressource est deux fois plus raide que l'offre.

DEMANDE DES RESSOURCES

La demande d'une ressource est le revenu marginal produit par cette ressource. Ceci se vérifie en notant que la quantité optimale de cette ressource est marquée par l'intersection du coût marginal de la ressource et du revenu marginal du produit.

La demande d'une ressource peut être identique au revenu marginal produit tel que démontré dans les organismes professionnels de sport. Une équipe peut embaucher beaucoup de bons joueurs à salaire modéré mais elle ne peut embaucher que très peu de grands champions à un salaire extrêmement haut. Le champion reçoit des millions de dollars parce qu'il attire plus de spectateurs et produit des ventes additionnelles.

COURBE DE LA DEMANDE DES RESSOURCES

Si une entreprise a un certain pouvoir de monopole dans le marché du produit qu'elle vend, le prix diminue quand la production augmente. Ainsi, la demande de ressources d'une telle entreprise est plus raide que celle d'une entreprise comparable qui serait dans un marché plus concurrentiel.

CAUSES DÉTERMINANTES DE LA DEMANDE DES RESSOURCES

La demande pour une ressource peut changer. Cette fluctuation peut être attribuée aux causes suivantes

- changement dans la demande du produit,
- amélioration de la productivité (par exemple avec de meilleures compétences techniques),
- changement du prix d'autres ressources causant un effet de rendement global ou un effet de substitution,
- changement de la disponibilité de ressources complémentaires.

EFFET DE SUBSTITUTION DE LA DEMANDE DES RESSOURCES

La diminution du prix d'une ressource peut causer cette ressource être employée plus couramment comme remplacement pour d'autres ressources. Par exemple, un coût inférieur du capital a pour résultat une plus grande automatisation avec un moindre recours à la main d'oeuvre. Par contre cet

effet de substitution peut être en partie compensé par un effet de rendement car le prix de l'automatisation peut entraîner une augmentation de la production qui exige au contraire plus de main d'œuvre.

Les comptables travaillent plus vite depuis l'arrivée de calculatrices et d'ordinateurs. On pourrait penser que parce que les comptables sont plus rapides, nous en avons moins besoin (i. e. effet de substitution). Toutefois les comptables travaillant toujours plus rapidement sont de plus en plus en demande parce que de nouvelles tâches leur sont données tel que la préparation de formulaires d'impôts. L'effet de rendement est plus grand que l'effet de substitution.

ÉLASTICITÉ DE LA DEMANDE DES RESSOURCES

L'élasticité de la demande d'une ressource est affectée par

- l'élasticité du produit qui est vendu par l'entreprise,
- le taux de déclin du produit matériel marginal dû, par exemple, aux différences des compétences techniques,
- la disponibilité de ressources de remplacement et
- la proportion de cette ressource par rapport au coût total.

La mise en conserve de poissons est particulièrement sensible aux salaires horaires en raison de la quantité de travail manuel requise. Dans cette industrie, l'endroit de production peut être déplacé selon le coût de la main d'œuvre. Ainsi, en raison du coût élevé de la main d'œuvre aux Etats-Unis, la mise en conserve de poissons est presque inexistante.

COMBINAISON OPTIMALE DE RESSOURCES

Une entreprise peut maximiser ses bénéfices en combinant les ressources de telle façon que le dernier dollar dépensé sur n'importe quelle ressource est égal au revenu produit par cette ressource.

Plus spécifiquement, le rapport entre la production matérielle marginale et le coût marginal de la ressource doit être gal pour toutes les ressources. Dans le cas spécial de la concurrence parfaite dans un marché des ressources, les rapports entre la production matérielle marginale et le prix de chaque ressource sont aussi égaux.

Une entreprise de fret et de livraison peut employer une variété de véhicules: avions, camions, fourgons, motos et même messagers à bicyclette. Celui qui sera utilisé dépendra de sa contribution au revenu marginal comparé à son prix.

CHAPITRE 9:

SALAIRES

INTRODUCTION

Le but de ce chapitre est de voir comment les salaires sont établis dans les marchés de concurrence pure aussi bien que dans les marchés monopsonistique. Nous étudierons les stratégies des syndicats ainsi que le cas spécial du monopole bilatéral. Les écarts de salaires sont expliqués et le rôle du capital l'humain est analysé.

SALAIRE

Le terme salaire inclut toutes les types de rémunération pour les activités humaines productives qui sont le fruit de compétences humaines. Ainsi, le salaire est la combinaison du salaire, des

primes et d'autres formes de compensation. Le salaire est payé en échange pour une gamme d'activités professionnelles qui varient du travail d'un mécanicien à celui d'un avocat. La quantité d'argent reçue est désignée sous le nom de salaire nominal. Le pouvoir d'achat de cette quantité d'argent reçue est le salaire réel.

Dans les sciences économiques, le salaire est une notion générale. Par exemple, le terme "honoraire" désigne le paiement du travail exécuté par un médecin alors que divers d'autres termes seront utilisés selon les professions. Pour les économistes, les différentes professions n'importent pas: à la base, c'est du travail et le prix ou le paiement est le salaire.

SALAIRE RÉEL

La quantité d'argent reçue pour le travail d'une heure est le salaire nominal W_n . Le salaire réel est le salaire nominal ajusté selon l'inflation. Le salaire réel W_r est calculé en divisant la quantité d'argent reçue W_n par un plus le taux d'inflation l_i .

$$W_r = W_n / (1 + l_i)$$

Le taux de changement du coût unitaire de la main-d'œuvre est égal au taux de changement du salaire réel moins le taux de changement de la productivité. Ainsi le coût unitaire de la main-d'œuvre n'augmente pas à condition que le taux de croissance du salaire réel soit tout juste égal la croissance de la productivité.

Le salaire réel est ce qu'un salaire peut acheter en termes de marchandises et de services. Il est seulement utilisé afin de faire une comparaison par rapport à une période antérieure. L'index des prix à la consommation est souvent utilisé comme taux d'inflation.

PRODUCTIVITÉ

L'augmentation de la productivité du travail explique en grande partie l'augmentation des salaires. Cela s'applique à l'augmentation des salaires et de la productivité des ouvriers américains. Leur productivité accrue est attribuable 1) à un grand stock de capital, 2) à la haute technologie, 3) aux compétences et à l'éducation, et 4) à la motivation et à la culture.

Les ouvriers américains gagnent beaucoup en raison de leur productivité. Par exemple, dans le domaine de l'agriculture, les fermiers américains utilisent des moissonneuses-batteuses sur de grandes surfaces, et peuvent ainsi atteindre un des plus haut rendement par heure-personne dans le monde.

DÉCLIN DE LA PRODUCTIVITÉ

L'avantage de la grande productivité de l'ouvrier américain, qui s'observait dans le passé, s'est détérioré depuis les années 70 (mais s'est rétabli dans les dernières années du siècle). Certaines des raisons du déclin sont reliées à un ralentissement du taux de formation du capital et du progrès technologique aussi bien qu'à une détérioration de l'éducation.

La perte de compétitivité des produits américains a attirée beaucoup d'attention dans les années 80 et 90. Il est vrai que les Etats-Unis importent un nombre croissant de produits. Ceci est une indication de la prospérité de l'économie américaine aussi bien que de l'ingéniosité et de la motivation des habitants de nombreux pays tels que le Japon et la Corée. Il y a également des raisons purement monétaires qui expliquent le déficit commercial des Etats-Unis.

DÉTERMINATION DU SALAIRE

Le salaire payé par un employeur est indiqué par la courbe d'offre, au niveau optimal de travail pour l'employeur. La quantité de travail optimale est déterminée en premier. Ceci est établi par l'égalité entre le coût différentiel des ressources et le revenu marginal du produit sur les marchés concurrentiels et monopsonistiques:

$$\text{CDR} = \text{RMP}$$

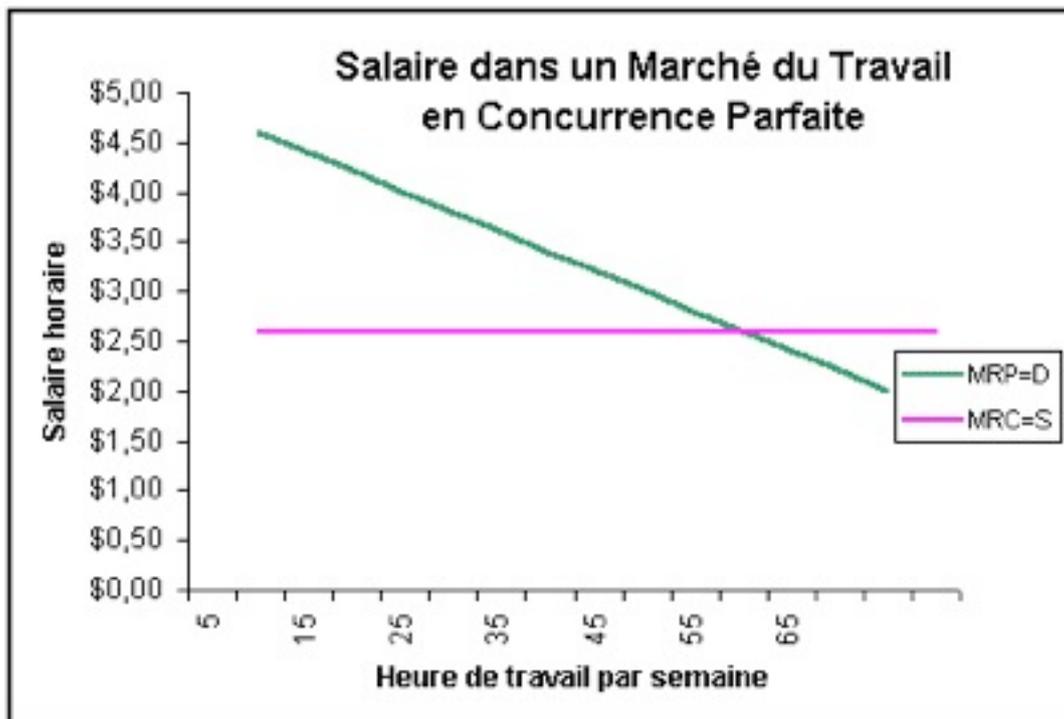
Par contre l'établissement du salaire en tant que tel est différent dans les deux types de marchés.

Toutes les entreprises déterminent leur besoin d'employés additionnels en se basant sur ce qu'ils veulent vendre ou produire. La détermination du salaire est un processus qui comporte deux étapes: d'abord le nombre d'employés est calculé et ainsi l'entreprise sait ce qu'elle peut se permettre afin de payer l'employé additionnel.

DÉTERMINATION DU SALAIRE DANS UN MARCHÉ DE CONCURRENCE PARFAITE

Une concurrence parfaite sur un marché des ressources signifie qu'il y a beaucoup de petits acheteurs de la ressource et qu'aucun d'eux ne peuvent influencer le marché. La courbe d'offre est identique à la courbe du coût différentiel de la ressource (MRC), elle est horizontale. Le salaire est le résultat de l'intersection de la courbe d'offre et celle du revenu marginal du produit RMP (qui est la demande de main d'oeuvre).

Graphique G-MIC9.1

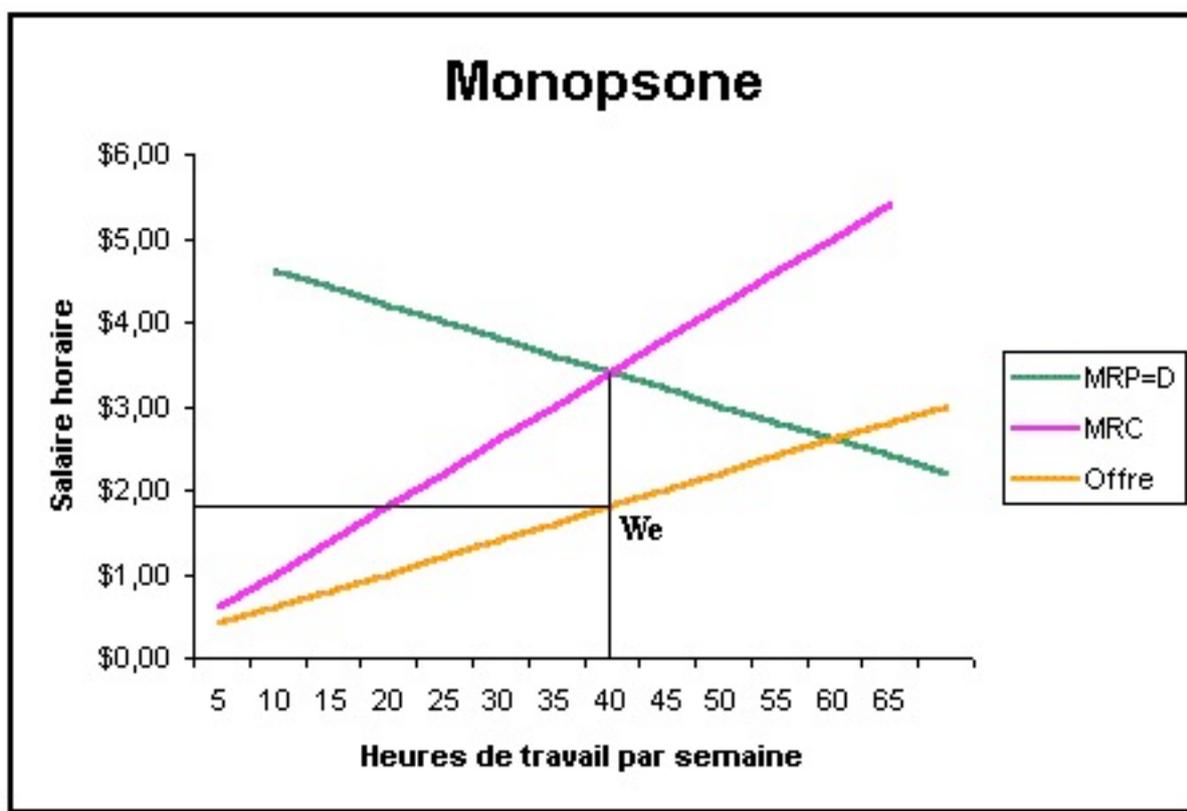


Prenons le travail de bureau comme exemple. Toutes les entreprises ont besoin de quelqu'un qui dactylographie, qui classe et qui maintient les dossiers. Il y a plusieurs employés potentiels disponibles. L'entreprise n'a pas besoin d'offrir un salaire plus haut que le salaire couramment offert pour ce type de travail. L'entreprise ne doit pas non plus offrir moins parce qu'elle ne trouverait personne qui veuille travailler pour elle.

DÉTERMINATION DU SALAIRE DANS UN MARCHÉ MONOPSONISTIQUE

Une entreprise a un pouvoir de monopsonistique lorsqu'elle est en mesure de payer un prix inférieur pour une plus grande quantité d'une ressource utilisée. Un monopsonne existe généralement lorsqu'une entreprise est l'unique employeur dans une région ou un milieu professionnel. Dans le cas d'un monopsonne, la courbe du coût différentiel des ressources est au-dessus de la courbe d'offre. La quantité de travail optimale est déterminée par l'intersection des courbes du coût différentiel des ressources et celle du revenu marginal du produit. Le salaire est obtenu en prolongeant ce point vers le bas jusqu'à la courbe de l'offre.

Graphique G-MIC9.2



Les médias ont publié des articles citant des cas où les employés se sont plaints d'avoir été sous-payés parce qu'une entreprise était soit le seul employeur dans une ville, soit le plus dominant. On a donné comme exemple des compagnies telles que General Electric, Hormel (une usine d'emballage de viande) et WestPoint-Pepperel (manufacture de textiles) aux Etats-Unis. Dans chacun de ces cas, l'employeur pouvait offrir un salaire moindre parce que les résidents n'avaient presque pas le choix de travailler pour ces entreprises.

DÉTERMINATION DU SALAIRE DANS UN MARCHÉ AVEC MONOPSONE

Le salaire payé par un monopsonne est inférieur au salaire payé par les entreprises en concurrence parfaite sur le marché du travail. De plus, la quantité de main d'oeuvre utilisée est également plus petite.

STRATÉGIE DES SYNDICATS

Les syndicats cherchent à améliorer les salaires et les conditions de travail de leurs membres.

Ceci peut être accompli en:

- augmentant la demande pour le produit manufacturé par ses membres (par exemple: en décourageant les importations),
- diminuant l'offre de main d'oeuvre (par exemple: la création de syndicats de métier),
- dominant tous les employés (par exemple: les syndicats industriels).

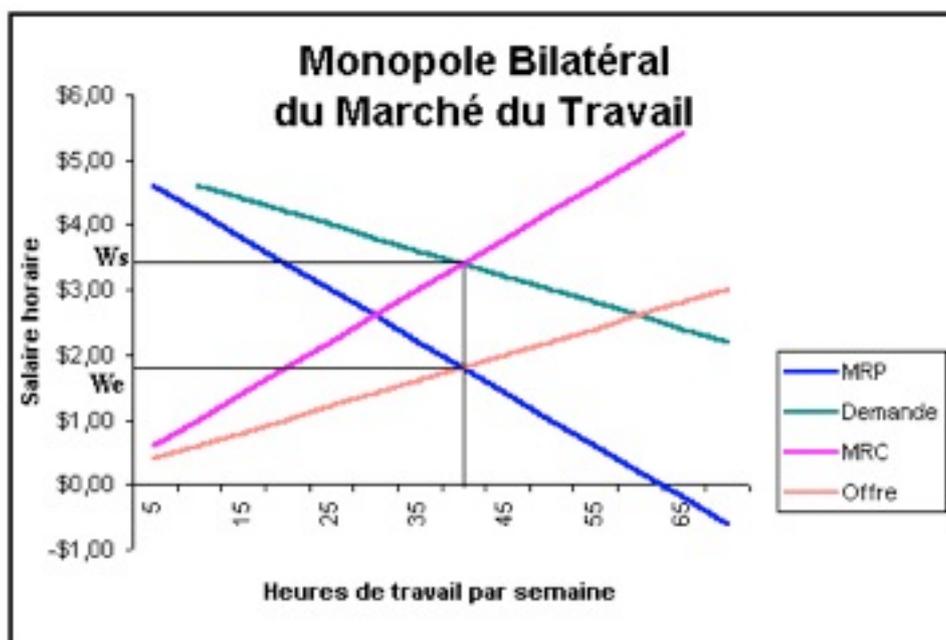
Pendant plusieurs années, le syndicat américain IGLWU (syndicat international de vêtements pour dames) utilisait la publicité afin d'encourager l'achat de vêtements fabriqués aux États-Unis. Le but était évidemment de faire augmenter les ventes des produits fabriqués par ses membres ce qui augmenterait donc leur salaire.

MONOPOLE BILATÉRAL

Un monopole bilatéral existe lorsqu'un monopsonne (un employeur dominant) fait face à un monopole (syndicalisme inclusif ou d'industrie).

L'employeur offre le salaire inférieur monopsonistique W_e (déterminé par l'intersection de la courbe du revenu marginal du produit et celle de l'offre). Le syndicat exige du monopole un salaire W_s plus élevé (déterminé par l'intersection de la courbe du coût différentiel des ressources et celle de la demande). La différence entre les deux ne peut être résolue que par une puissance extérieure ce qui explique les grèves et autres conflits du travail amers qui peuvent durer longtemps.

Graphique G-MIC9.3



L'analyse du monopole bilatéral peut expliquer pourquoi les grévistes et les entreprises utilisent la violence lors des grèves. Les demandes du syndicat et l'offre de l'employeur sont irréconciliables en termes économiques. Pour l'emporter, chaque côté doit recourir à des moyens autres qu'économiques.

SALAIRE MINIMUM

Un salaire minimum est nécessaire afin d'éviter la pauvreté et la souffrance chez les individus peu qualifiés. Le salaire minimum (comme tout prix minimum) contribue à un excédent de main d'oeuvre, c'est-à-dire, au chômage. En contre-argument, on propose certains effets positifs:

- forcer l'employeur à être plus efficace
- encourager l'automatisation et mettre ces moyens de production à la disposition des employés
- forcer l'employeur à améliorer les compétences et la santé de ses ouvriers

Les propriétaires de petites entreprises, particulièrement les propriétaires de magasins, se plaignent souvent qu'ils ne peuvent pas se permettre d'embaucher des employés au salaire minimum et que si le salaire minimum était abrogé, il y aurait moins de chômage.

ÉCARTS DE SALAIRES

Les écarts de salaires sont expliqués par

- les différents niveaux de compétences et d'éducation,
- les aspects non-monnaïres tels que le risque et le caractère saisonnier du travail,
- imperfections du marché: manque d'information et manque de mobilité géographique, institutionnelle et socio-économique.

De toute évidence, un médecin reçoit un haut salaire en raison de ses connaissances et de ses compétences. Le travail de construction ou le travail sur les plates-formes pétrolières présentent des risques importants, ce qui explique le salaire élevé de ces ouvriers.

CAPITAL HUMAIN

Le capital humain se rapporte à l'investissement que les individus font dans leur éducation, leur santé, leurs attributs (compétences et connaissances), ce qui leur permet de devenir de meilleurs employés. Des études statistiques montrent clairement un rapport direct entre le niveau d'éducation et le revenu. La relation causale a cependant été remise en question car le niveau d'éducation est principalement déterminé par le groupe socio-économique auquel un individu appartient.

Certaines études démontrent qu'il y a des groupes sociaux qui inculquent à leurs enfants un mobile de réussite. Ces groupes sont souvent les nouveaux immigrants dans un pays. Par exemple, à l'École de Science de Westinghouse, le nombre de prix donnés aux enfants issus de groupes asiatiques nouvellement arrivés dépasse de beaucoup le nombre attribué à la population américaine générale.

PRODUCTIVITÉ ET SALAIRES RÉELS

Selon certaines études publiées par le Département américain du travail, un rapport étroit existe entre salaires réels et productivité. Les salaires réels ne peuvent généralement monter qu'à condition que la productivité augmente. L'augmentation du rendement fera croître le revenu réel. Une plus grande productivité fait augmenter la demande de main d'oeuvre par rapport à l'offre, ce

qui cause une augmentation des salaires réels. L'augmentation de la productivité aux Etats-Unis est en grande partie la cause des hauts revenus réels.

CHAPITRE 10:

LOYER, INTÉRÊT ET BÉNÉFICES

OBJECTIF D'ÉTUDE

Le but de ce chapitre est d'appliquer les principes de l'établissement des prix des ressources au loyer, aux intérêts et au profit. Pour le loyer, le concept de l'excédent économique a poussé certains à recommander un impôt foncier unique. L'écart entre les taux d'intérêt est expliqué par les causes déterminantes de l'intérêt. Les profits jouent un rôle important quant au changement économique.

LOYER

La rente économique est un paiement réservé exclusivement pour l'utilisation de la terre. Les difficultés quant à sa mesure et son analyse résultent du fait que l'utilisation de la terre est enrichie par des améliorations (par exemple: un bâtiment) et le paiement de ces améliorations est une partie intégrale du loyer.

Il est difficile de concevoir que le loyer d'un appartement ait quoique ce soit à voir avec la terre. Le loyer inclut beaucoup de dépenses différentes telles que l'entretien, les réparations et l'intérêt sur l'hypothèque. Très peu semble être réservé à la propriété de la terre elle-même. Mais, du point de vue des économistes, ces autres dépenses ne devraient pas faire partie du loyer.

CAUSES DÉTERMINANTES DU LOYER

Le loyer est entièrement déterminé par les différents usages de la terre. Donc, l'établissement du prix ne tient pas compte du coût. En effet, la terre est un cadeau gratuit de la nature et n'entraîne donc aucun frais. Tout paiement subséquent est considéré comme loyer bien que le coût initial de la terre soit nul. Le fait que la demande soit la seule cause déterminante du loyer peut également être observé graphiquement: l'offre de la terre est fixe et la courbe est donc verticale.

Un terrain à Manhattan se vend à un prix très élevé. Ce prix, aussi bien que tous les prix de vente successifs proviennent du loyer potentiel que le propriétaire pourrait gagner. En effet, la valeur d'un terrain est souvent calculée comme étant la valeur présente du paiement des loyers futurs possibles. Le propriétaire originel de la terre (la tribu indienne) n'a rien dû payer, elle en a tout simplement pris possession.

EXCÉDENT ÉCONOMIQUE

Un excédent économique est un paiement effectué ou reçu seulement parce qu'il existe un marché: ce n'est pas le produit d'une action d'un individu. Ainsi, un propriétaire foncier peut recevoir un loyer élevé parce qu'il existe une demande élevée pour son terrain sans qu'il ait fait ou payé quoi que ce soit. Un tel paiement, tout comme le loyer en général, est considéré comme un excédent économique.

Deux individus ont acheté des maisons pour le même prix il y a 10 ans, l'une au Texas et l'autre au Massachusetts. La valeur des maisons de la Nouvelle Angleterre a doublé (sinon plus) cause d'une économie locale en pleine croissance. Au Texas, le marché des maisons ne se porte pas aussi bien. Le propriétaire de la maison au Massachusetts bénéficie d'un profit imprévu suite à l'augmentation des prix sans avoir fait quoi que ce soit: c'est donc bien un excédent.

RENTE ÉCONOMIQUE

Puisque le loyer est un excédent (ou gain imprévu), de par ce fait, les économistes désignent par le terme "rente économique" tous les paiements où il y a un excédent économique. La rente économique est différente du profit car le propriétaire ne risque rien, ce qui n'est pas vrai dans le cas du profit.

Le profit imprévu du propriétaire de la maison au Massachusetts peut être ajouté au fait que le propriétaire initial du terrain n'a rien eu à payer. Ainsi, toute l'augmentation du prix est un surplus. C'est ce que les économistes appellent la rente économique.

IMPÔT FONCIER UNIQUE

Puisque le loyer est un excédent (ou gain imprévu), des propositions voulant imposer une taxe sur le loyer ont souvent été faites. L'idée a été mise en application en partie par le biais de la taxe foncière actuelle. Aux États-Unis, Henry George mena un mouvement qui voulait changer l'imposition et mettre sur pied un impôt foncier unique.

IMPÔT FONCIER UNIQUE

En plus de l'argument que le loyer est un excédent, l'impôt foncier est perçu comme étant

- équitable parce que l'augmentation de la valeur du terrain est très souvent attribuée aux dépenses publiques (telles que les routes);
- efficace parce que la répartition des ressources ne changerait pas en raison de l'impôt foncier (ce qui n'est pas vrai dans les cas des autres impôts).

IMPÔT FONCIER UNIQUE

La mise en application d'un impôt foncier unique ou de tout impôt foncier est très difficile. La critique tient au fait qu'il est difficile de séparer le loyer pur du paiement fait pour les améliorations et pour les autres ressources (tel que l'intérêt), qui font partie du loyer. Les impôts immobiliers ont été blâmés en partie pour la détérioration urbaine aux États-Unis.

Les impôts immobiliers sont basés sur la valeur marchande d'une propriété. La valeur marchande de la propriété dépend beaucoup de la construction et des améliorations apportées à la propriété ainsi que celles faites aux propriétés voisines. Le composant dit foncier ne peut pas être séparé des autres composants. Ceci constitue une difficulté considérable en ce qui concerne les impôts immobiliers.

INTÉRÊT

L'intérêt est un paiement fait pour l'usage immédiat d'une somme d'argent. Puisque l'argent n'est pas productif en tant que tel, le paiement est effectué en fait pour le capital (ou moyens de production) qui peut être acquis par cet argent.

Il est évidemment imprudent d'emprunter de l'argent si on ne peut pas le rembourser. Les emprunteurs s'attendent habituellement avoir des revenus. Les entreprises prévoient que les ventes produites par l'achat de machines, d'usines et d'équipement (c.-à-d. investissement) avec l'argent emprunté généreront des revenus. Payer un intérêt c'est payer pour pouvoir entreprendre cet investissement.

INTÉRÊT RÉEL

L'intérêt payé est une somme d'argent qui compense le prêteur du non-usage de cette somme d'argent et la perte de pouvoir d'achat que cette somme d'argent lui procurait. L'intérêt qui est ajusté selon la perte du pouvoir d'achat (ou inflation) est aussi connu sous le nom d'intérêt réel. Toutes les décisions concernant l'investissement sont prises en fonction des taux d'intérêt réel et non le taux d'intérêt nominal.

Depuis l'épisode d'inflation élevée au début des années 80 aux Etats-Unis, on voit communément des taux variables ou indexés. Le taux d'intérêt est relié un indicateur de l'inflation. Le taux d'intérêt augmente avec l'inflation. Ceci implique qu'un des composants du taux d'intérêt est dû à l'inflation et que l'autre est invariable, cet autre composant est l'intérêt réel.

TAUX D'INTÉRÊT PUR

Il y a présence de risque lors d'un prêt spécifique. Les taux d'intérêt réels incluent un paiement pour ce risque. C'est en retirant le risque du taux d'intérêt que le taux d'intérêt pur est obtenu. Les titres de placement du gouvernement ont généralement un niveau de risque très bas et sont souvent utilisés afin de mesurer le taux d'intérêt pur.

L'intérêt réel est indépendant de l'inflation mais varie selon le risque que présente un emprunteur particulier. Si la prime de risque est également exclue, ce qui reste s'appelle le taux d'intérêt pur. Il est payé uniquement pour le non-usage de ce que la somme d'argent pourrait permettre d'acheter.

CAUSES DÉTERMINANTES DU TAUX D'INTÉRÊT

L'offre et la demande d'argent déterminent les taux d'intérêt. L'offre d'argent est contrôlée par la politique monétaire. La demande d'argent est le résultat de la demande de transactions et de la demande d'actif (cette dernière est encore subdivisée en demande précaution et spéculative). Les autres éléments qui peuvent affecter l'intérêt chargé et qui peuvent mener à une variation assez importante sont le niveau de risque, la durée de l'échéance, les coûts administratifs, les imperfections du marché, et le taux d'inflation.

Habituellement, les taux d'intérêt sont plus hauts lorsque l'échéance est plus longue parce que les prêteurs doivent accepter une plus grande incertitude face au futur et parce qu'ils n'auront pas accès à leur argent. De temps en temps, on ne voit pas ce rapport, en particulier lorsqu'on prévoit un changement du taux d'inflation.

EFFET ÉCONOMIQUE DE L'INTÉRÊT

L'intérêt affecte le niveau de l'activité économique puisqu'il influence le pouvoir d'achat des consommateurs ainsi que les décisions au point de vue des investissements. Concernant l'investissement, l'intérêt joue une fonction primordiale car il assure que le capital ira là où on en bénéficiera le plus.

Dans les pays socialistes, l'attribution de fonds n'est pas sujette au mécanisme du marché des taux d'intérêt. En conséquence, on ne donne pas la priorité de production aux articles de consommation qui génèreraient des revenus importants dans d'autres pays.

PROFIT

Le profit pur ou économique est l'excès des revenus sur la somme totale de tous les coûts explicites et implicites (y compris le bénéfice normal qui est la portion des revenus que le propriétaire du commerce pourrait obtenir d'une autre activité).

Le profit peut également être défini comme le changement long terme du revenu (ou richesse). Le concept se concentre sur l'incertitude des valeurs futures.

CAUSES DÉTERMINANTES DU PROFIT

Le profit provient de:

- l'incertitude touchant les conditions économiques, le goût des consommateurs et d'autres formes de risque inassurable,
- les innovations, les inventions et les autres décisions entrepreneuriales,
- le pouvoir de monopole de l'entreprise.

Tous les ans, près d'un demi-million d'entreprises sont mises sur pied aux Etats-Unis. La majorité fermeront leurs portes dès les premières années. Ceci démontre que les propriétaires d'entreprises prennent de gros risques. S'il est souhaitable d'avoir de grandes entreprises qui peuvent produire les articles dont la société a besoin, il est aussi nécessaire d'offrir des bénéfices comme incitation aux propriétaires d'entreprises afin qu'il puissent mettre sur pied et diriger leurs commerces.

EFFET ÉCONOMIQUE DES BÉNÉFICES

Le profit n'existerait pas dans une économie stable et sans risque. Les bénéfices sont nécessaires au progrès technologique et économique. Sans bénéfices, on ne prendrait pas de risques et on n'offrirait pas de nouveaux produits à la société.

Les goûts de la société changent. Il y a maintenant une demande pour la télévision digitale à haute définition. Pour s'assurer que la structure productive de la société continue à s'ajuster aux besoins et aux goûts de la société, la récompense d'un bénéfice doit être présente. Historiquement, les entreprises de technologie de haute pointe ont eu les plus gros bénéfices.

PROPORTION DE REVENU

Les proportions des diverses ressources dans le revenu national ont été relativement stables au cours du siècle passé: 80% du revenu est dérivé des salaires et du revenu de propriétaire, le 20% restant allant à l'intérêt, au loyer et aux bénéfices. Dans les 80% dérivés du travail, la proportion des salaires a augmentée et celle du revenu de propriétaire diminuée tout au long du siècle. La diminution du revenu de propriétaire reflète la diminution des fermes, des petits magasins et des entreprises artisanales.

Suite aux changements cruciaux de notre société (par exemple, la composition des familles et l'urbanisation), on peut presque s'étonner que les proportions de revenu des formes différentes de revenu soient restées assez stables à travers le temps. Depuis le début du siècle, seulement de petites variations quant au loyer, à l'intérêt et aux bénéfices sont apparentes dans les 20% du revenu total provenant de ces sources de revenu.

ÉQUILIBRE GÉNÉRAL

Un équilibre général existe si tous les marchés (marchandises, services et ressources) sont en équilibre. Si nous obtenons également les conditions d'efficacité (efficacité allocative, efficacité productive, satisfaction maximum des consommateurs), nous déboucherons sur un optimum dit Pareto.

Si un seul marché est déséquilibré, par exemple s'il y a trop d'automobiles, cela implique que tous les marchés sont également hors d'équilibre, par exemple il y aurait trop d'ouvriers dans l'industrie d'automobiles. Tous les marchés tendent à un équilibre simultané.

TABLES D'ENTRÉE-SORTIE

Les tables d'entrée-sortie sont une mise en application importante du concept d'équilibre général. Les tables sont construites afin de montrer comment chaque secteur de l'économie touche les autres. Les tables sont utiles pour faire des prévisions, et sont essentielles pour la comptabilité du revenu national.

Un calcul opportun du PNB des Etats-Unis n'est pas possible sans tables d'entrée-sortie. Il ne s'agit pas d'ajouter simplement la production de chaque entreprise du pays à chaque année. On essaie plutôt d'établir des rapports entre les différents secteurs, et d'employer ces rapports afin de déterminer rapidement l'activité de nombreux secteurs en se basant sur différents secteurs clefs tels que la production d'acier.

CHAPITRE 11:

LES LOIS ANTITRUST

OBJECTIF

L'objectif de ce chapitre est d'étudier les diverses lois en place qui ont pour but d'empêcher ou de réglementer le pouvoir des monopoles ainsi que leur effet. Nous verrons tout d'abord les arguments pour et contre le pouvoir des monopoles. Ensuite, nous nous pencherons sur les lois qui interdisent le monopole. Enfin, nous étudierons les industries réglementées.

MONOPOLE

Un monopole existe si une entreprise est assez importante pour influencer d'autres entreprises plus petites qu'elle, ou si elle détient un certain pouvoir sur ses clients.

Bien qu'on définisse un monopole comme étant un producteur exclusif d'un article donné, le système juridique aux Etats-Unis accorde beaucoup plus d'importance à la stratégie de l'entreprise qu'au contrôle réel du marché. L'exercice du pouvoir d'une entreprise peut se produire (et s'est produit) dans des marchés qui sont définis techniquement comme étant en concurrence monopolistique ou en oligopole.

ARGUMENTS CONTRE LE MONOPOLE

Les arguments principaux contre les monopoles sont

- la perte d'efficacité (d'allocation et de production) ayant comme résultat des prix plus élevés, un volume de production moins important et une sous-utilisation de ressources;
- le manque d'incitation quant au progrès économique ou technologique;
- la distribution des profits qui crée une inégalité de revenu; et
- l'influence des élus politiques qui tentent de protéger le pouvoir de monopole.

L'OPEP est techniquement un cartel et ferait partie d'un oligopole. Toutefois, ses actions sont caractéristiques d'un monopole. Les conséquences sont également typiques: difficultés des consommateurs qui paient plus cher pour moins de produits.

ARGUMENTS EN FAVEUR DES MONOPOLES

Les arguments principaux en faveur des entreprises en situation de monopole sont

- la concurrence existe parmi les industries et ce, sur une échelle mondiale,
- les économies d'échelle sont possibles dans les grandes entreprises,
- des entreprises qui sont grandes, puissantes et oligopolistiques sont nécessaires afin de développer des technologies qui sont chères,
- les innovateurs qui font progresser l'économie doivent être récompensés par des profits.

Aux Etats-Unis et dans beaucoup d'autres pays, de nombreuses poursuites judiciaires ont été entreprises contre IBM sur la base des lois anti-trust. Toutefois, pratiquement toutes ont échoué. Une explication possible est que l'entreprise a continué à développer la technologie, qui constitue la source de son pouvoir de monopole, mais qui est également bénéfique à la société.

LÉGISLATION ANTI-TRUST

Aux Etats-Unis, la législation anti-trust inclut

- Loi antitrust de Sherman de 1890 (qui a établi la philosophie),
- Loi antitrust de Clayton de 1914 (qui a précisé les activités interdites: acquisition d'actions, conseils d'administrations interdépendants, contrats liés, discrimination des prix - et qui a créé la Commission Fédérale du Commerce),
- Loi de Wheeler-Lea de 1938,
- Loi de Celler-Kefauver de 1950 (qui a établi des restrictions quant aux fusions d'entreprises).

L'application des lois anti-trust a changé au cours du temps sous l'effet du comportement plus ou moins restrictifs de la société et de l'Etat. Par exemple, dans les années 60, une fusion entre Pabst et Blatz (deux petites brasseries américaines) a été bloquée parce qu'elle aurait permis à une compagnie de dominer seulement 4,5% du marché de la bière. Depuis, le comportement est clairement plus tolérant par rapports aux nombreuses fusions qui se font dans des secteurs tels que les compagnies de lignes aériennes, les entreprises pharmaceutiques, les médias et les ordinateurs.

LÉGISLATION PRO-MONOPOLE

Aux Etats-Unis, la législation qui tendrait à encourager les monopoles inclut

- le droit des brevets (1790),
- Loi de Webb-Pomerance,
- les taxes et quotas protectionnistes sur les importations.

Le département du commerce des Etats-Unis encourage de façon explicite les entreprises américaines à travailler ensemble afin de favoriser leurs ventes à l'étranger en ne tenant aucunement compte des restrictions des lois anti-trust. Des politiques semblables existent également dans la plupart des autres pays.

LÉGISLATION AJUSTÉE

Aux Etats-Unis, la législation principale qui régleme certaines industries inclut:

- Loi du Commerce entre Etats de 1887 (qui s'applique principalement au transport),
- Commission Fédérale de Réglementation de l'Énergie (1930),
- Commission Fédérale des Communications (1934),
- Conseil d'Aéronautique Civile (1938).

Aux Etats-Unis, la préférence est donnée la surveillance plutôt qu'aux monopoles naturels, ce qui est conforme avec les principes économiques de marché libre. Dans de nombreux pays occidentaux, la préférence est plutôt donnée à la propriété pure et simple de l'industrie par l'Etat. Par exemple, le téléphone et l'électricité appartiennent l'Etat en France, en Allemagne et en Italie.

INDUSTRIES RÉGLEMENTÉES

Certaines industries ont été réglementées parce qu'on présumait l'existence d'un monopole naturel (la concurrence était donc impossible). La fonction principale de la commission de réglementation est d'établir les prix ou les taux. Le plus souvent les taux sont établis sur la base d'un juste-profit. Ceci assure que les investisseurs seront attirés et participeront au développement d'un secteur. Cependant, la réglementation de certaines industries a été critiquée parce qu'elle encouragerait un cartel légal, et une déréglementation a été recommandée.

Dans le cas de l'eau, du gaz ou de l'électricité, il est évident qu'il y aurait un gaspillage des ressources fixes si plusieurs entreprises venaient offrir leurs services un client donné. Ainsi, une réglementation de certains secteurs semble être nécessaire. Toutefois, la déréglementation de l'industrie des lignes aériennes en Europe et aux Etats-Unis a démontré que certaines réglementations profitent les entreprises plutôt que les consommateurs. Les tarifs des billets d'avion ont baissé considérablement après la déréglementation.

JUSTE PROFIT

On permet à une entreprise réglementée d'augmenter ses taux afin qu'elle puisse offrir un juste profit aux investisseurs. Ceci est nécessaire afin que l'entreprise puisse attirer de nouveaux fonds lorsqu'elle a besoin de s'agrandir.

Les services publics tels que les entreprises électriques doivent chercher à augmenter leur capacité de production pour servir la population croissante. Pour être en mesure d'attirer les nouveaux capitaux requis pour cette expansion, elles doivent payer des intérêts et des dividendes aux détenteurs de titres de placement.

RÉGLEMENTATION SOCIALE

La réglementation sociale se préoccupe des questions qui concernent la qualité de vie (telles que les conditions de travail saines, la non-discrimination dans le milieu de travail, et la protection de l'environnement), et non celles qui concernent l'économie. Elle diffère de la réglementation économique parce qu'elle affecte pratiquement toutes les industries et exige une plus grande participation du gouvernement. La réglementation sociale s'est rapidement développée au cours des vingt dernières années. Il y a beaucoup d'arguments pour et contre la réglementation sociale. La réglementation sociale a souvent des conséquences économiques. Elle fait augmenter les prix des produits, elle réduit la concurrence, et diminue le taux d'innovation.

THÉORIE DE LA RÉGLEMENTATION FONDÉE SUR LE CARTEL LÉGAL

La théorie de la réglementation fondée sur le cartel légal affirme que les politiciens réglementent les industries qui souhaitent être réglementées. Lorsqu'une industrie devient un cartel légal, sa rentabilité est garantie, et elle est protégée de la concurrence. Les cartels légaux sont également beaucoup plus stables et plus rentables que les cartels privés. Lorsqu'une commission de réglementation crée un cartel légal, elle partage le marché et réduit la concurrence.

MONOPOLE NATUREL

Les monopoles naturels existent lorsque les économies d'échelle sont si importantes que plusieurs entreprises en concurrence peuvent produire un produit ou un service à un coût inférieur qu'une seule entreprise de grande taille. Les services publics sont un exemple de monopole naturel. Les monopoles naturels sont habituellement réglementés, et appartiennent parfois à l'Etat. Ceci assure qu'ils se comportent d'une façon socialement acceptable pour le bien public.

EFFICACITÉ DES LOIS ANTI-TRUST

Le degré auquel les lois anti-monopole sont appliquées change d'une administration présidentielle à une autre. Généralement, les délits de fixation illégale de prix sont strictement poursuivis. Puisque le gouvernement doit seulement prouver qu'il existait une conspiration pour fixer les prix, les actions collusoires sont devenues de plus en plus clandestines. Aujourd'hui le leadership des prix et le principe du prix coûtant majoré ont remplacé la fixation illégale de prix. Le gouvernement tend à être beaucoup plus tolérant envers les monopoles établis qu'envers les monopoles naissants.

EFFICACITÉ DES LOIS ANTI-TRUST

Les mesures anti-trust sont souvent prises contre les fusions. Certaines fusions suscitent plus de poursuites anti-trust que d'autres. Les fusions verticales et horizontales sont habituellement récusées par le gouvernement lorsqu'elles excèdent un certain pourcentage de la part du marché. Les fusions de conglomerats ne tombent pas sous l'interdiction des lois anti-trust parce qu'elles réunissent généralement des lignes de produits différents. Récemment, les gouvernements de nombreux pays ont été réticents à démembrer les monopoles commerciaux nationaux bien établis étant donné la concurrence étrangère croissante.

CHAPITRE 12:

ÉCONOME URBAINE

OBJECTIF

Le but de ce chapitre est d'expliquer la création des villes, leur croissance, l'apparition des banlieues, et leur dégradation. La naissance et la croissance des villes sont le produit d'économies d'agglomération. L'automobile joue un rôle crucial quant à l'expansion des zones urbaines quoique qu'elle soit également la source de problèmes de transport urbain importants. Nous tudierons aussi les problèmes de pollution.

ÉCONOMIES D'AGGLOMÉRATION

Les économies d'agglomération attirent à la fois les entreprises et la population dans les villes car les coûts y sont réduits, et il y a plus d'occasions de faire des profits. Les forces incluent:

- économies internes,
- économies tenant au fait d'être sur place,
- économies d'échelle externes, et
- économies provenant de la présence d'une bonne infrastructure.

Pourquoi 75% de la population vit-elle dans les régions urbaines? Pourquoi la majorité des entreprises se trouve-t-elle dans les villes ou dans leurs environs? C'est qu'il y a des forces économiques importantes qui les attirent là où l'emploi et le revenu sont centralisés.

ÉCONOMIES TENANT AU FAIT D'ETRE SUR PLACE

Ces économies résultent de la réduction des coûts de manutention. Elles sont d'autant plus importantes si la production se fait près d'un lieu de transbordement tel qu'un quai ou une station de chemin de fer. Les économies tenant au fait d'être sur place expliquent la naissance et la croissance de toutes les villes majeures des Etats-Unis.

Prenez toutes les villes principales des Etats-Unis (New York, Los Angeles, Chicago), elles sont toutes situées dans des sites de transbordement. Le transbordement peut se faire du transport terrestre au transport maritime, ou encore d'un type de transport terrestre à un autre (par exemple: Denver).

INFRASTRUCTURE

L'infrastructure est composée des services publics et privés ainsi que de tout l'équipement nécessaires l'activité économique. Ceci inclut, par exemple, les routes, la protection de la police, la poste, aussi bien que les établissements bancaires, éducatifs et hospitaliers.

Une ville comme Chicago offre beaucoup de services et d'établissements qui ne sont pas disponibles dans les plus petites villes du Midwest. Par exemple, on y trouve plusieurs bourses qui permettent le commerce des produits des états voisins.

DEMANDE D'UNE AGGLOMÉRATION

Les entreprises trouvent fortement salutaire de se placer près de l'une de l'autre afin de pouvoir servir un plus grand nombre de clients. Cette demande est particulièrement importante pour les industries spécialisées.

Le centre commercial est une version moderne du marché. Les détaillants préfèrent être situés dans les centres commerciaux, malgré la présence de concurrents, simplement parce que c'est là que sont les clients. Ils y vont parce qu'ils y trouvent plus de choix qu'ailleurs.

EXODE URBAIN

Beaucoup d'éléments rendent les centres urbains désagréables et contribuent donc à l'exode urbain:

- coûts élevés (par exemple: loyers, services, impôts),
- congestion (le transport en particulier),
- externalités (par exemple: la pollution et le bruit), et
- le crime.

Beaucoup de villes ont souffert lorsque les habitants et les entreprises ont quittés les centres-villes qui sont alors devenus des quartiers dangereux après la tombée de la nuit. Cleveland, Detroit et Buffalo en sont des exemples. Ces villes essaient maintenant de revitaliser ces quartiers.

EXPANSION DES ZONES URBAINES

L'expansion des zones urbaines désigne la migration des entreprises et de la population vers les banlieues. Un facteur important qui contribue à cette expansion (en plus des causes de l'exode urbain citées ci-haut) est la construction des autoroutes. L'espace et les agréments des banlieues ont aussi incité les déménagements. En général, les banlieues sont très divisées et offrent beaucoup de protection.

La longue autoroute de Long Island aux Etats-Unis (construite dans les années 1950) a incité le développement des communautés tout au long de l'autoroute. Elle a facilité les voyages quotidiens des habitants, et a permis aux entreprises d'avoir un meilleur accès aux marchés mi-atlantiques.

DÉGRADATION DES VILLES

La détérioration des quartiers du centre-ville se comporte selon un modèle. On observe une réduction des services, des impôts fonciers assez élevés (plus hauts que dans les banlieues), une division des propriétés à louer, la location de logements des personnes à faibles revenus, l'abandon des bâtiments par leurs propriétaires, et le cycle continue ainsi.

Le quartier du Bronx du Sud est reconnu publiquement comme étant un quartier délabré. Différentes institutions (au niveau fédéral, de l'état et de la ville) se sont vouer revitaliser ce quartier au nord de la ville de New York. Toutefois le cycle de la dégradation urbaine a jusqu'ici té plus puissant que les promesses des politiciens.

PROBLÈME DU TRANSPORT URBAIN

La congestion de la circulation routière et la détérioration du transport en commun sont les aspects les plus apparents du problème du transport urbain. L'exode de la population et des entreprises vers les banlieues en est la cause principale. En effet, il y a beaucoup de postes disponibles pour ouvriers dans les entreprises en banlieue, mais les employés potentiels vivent dans les centres villes. Le transport public a été construit pour amener les employés vers les centres villes plutôt que vers les banlieues. Le trafic routier est limité par les péages ou un prix à payer lors de congestions routières.

La congestion routière à Los Angeles est devenue légendaire. La ville s'est tellement étalée que l'utilisation d'une voiture est presque inévitable. Des mesures extrêmes sont maintenant nécessaires telles que l'interdiction de tout trafic de camion aux heures de pointe et l'interdiction de voitures avec moins de deux passagers dans certaines voies.

POLLUTION URBAINE

L'augmentation de la pollution est liée à la densité de la population, aux revenus élevés, à la production en série et le manque de mesures incitatives dans les campagnes de prévention. Les politiques travaillant à remédier le problème veulent

- 1- établir des normes,
- 2- établir des impôts ou des pénalités,
- 3- offrir des réductions d'impôts ou des subventions, et
- 4- établir des marchés basés sur les droits et les amendes reliés à la pollution.

Depuis le développement des zones urbaines, il est presque impossible de trouver un endroit où déposer les ordures sans que quelqu'un vive tout près. Les difficultés reliées au dépôt d'ordures ont été dramatisées en 1989 lorsqu'un chaland parti du New Jersey a parcouru la moitié du globe seulement pour se retrouver à son point de départ. Les Etats-Unis ont suivis d'autres pays dans les années 1990 et on commencé à recycler de façon concertée.

CHAPITRE 13:

REDISTRIBUTION DU REVENU

CONTENU DU COURS

Ce chapitre traite du problème des inégalités de revenus existant dans notre société. Le cours met l'accent sur le fait qu'il est difficile d'aider financièrement les plus démunis tout en incitant les gens travailler plus pour gagner de meilleurs salaires. Seront ensuite présentés les principaux systèmes d'aide sociale (sécurité sociale et allocations chômage), ainsi que les problèmes qui y sont liés.

REPARTITION DES REVENUS INDIVIDUELS

Si l'on examine la répartition des revenus individuels, et si l'on classe les ménages par groupes en fonction de leur niveau de revenu, on s'aperçoit qu'un nombre restreint de familles bénéficie de revenus très élevés.

Aux USA, le quintile (tranche de 20% de la population totale) le plus riche amasse 41% du revenu total. Le deuxième quintile reçoit 24% du revenu total, le troisième 18%, le quatrième 12%. Le quintile le plus pauvre 5%.

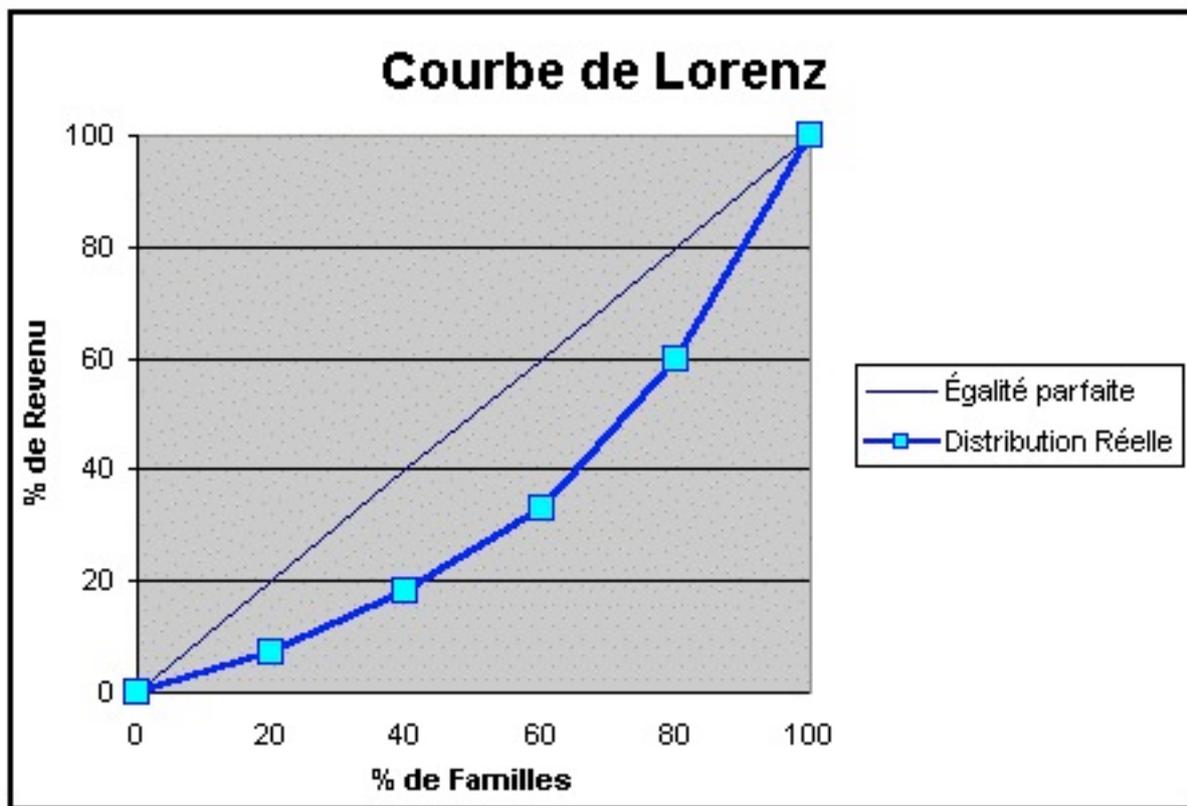
INÉGALITÉ DES REVENUS

On peut observer qu'il existe une forte disparité dans la répartition des revenus. On peut visualiser la distribution du revenu total grâce à la courbe de Lorenz. Il faut cependant noter que l'inégalité des revenus n'est pas synonyme d'injustice.

LA COURBE DE LORENZ

La courbe de Lorenz représente la répartition du revenu national entre quintiles de population (un quintile équivaut à 20 %) classés en fonction de leur niveau de revenus. La diagonale correspond à une répartition parfaite. La répartition réelle des revenus est représentée par la courbe. Plus la courbe est éloignée de la diagonale, plus l'inégalité des revenus est prononcée. Depuis 1929, la courbe s'est rapprochée très légèrement de la diagonale.

Graphique G-mic14.1



La tranche supérieure, représentant 20% de la population américaine, amasse à elle seule 41% des revenus. C'est un pourcentage bien supérieur aux 20% qui devraient revenir à ce quintile, si la distribution du revenu était égale pour tous. Il faut noter cependant que l'écart est moins important qu'il y a 50 ans, car ce groupe recevait alors 54% du revenu global.

CRITIQUE DE LA COURBE DE LORENZ

La courbe de Lorenz a été critiquée car elle ne prend pas en considération les revenus de transferts et les impôts sur le revenu, deux facteurs réduisant l'inégalité des revenus. De plus, il faut tenir compte du fait que le salaire d'un individu varie au cours de sa vie. Les revenus sont généralement plus élevés en milieu de carrière qu'au début de la vie professionnelle ou durant la période de la retraite.

Aux USA, le taux d'imposition sur les hauts salaires tait de 70% jusqu'à la fin des années 1980. Le revenu après impôts est donc bien inférieur au revenu brut qui est pris en compte dans la courbe de Lorenz. De même, pour les ménages dont les revenus sont les plus bas, on devrait ajouter les paiements d'allocations chômage et les diverses prestations sociales.

AUTRES CAUSES D'INÉGALITÉS DE REVENU

L'inégalité de revenu peut être expliquée par la variabilité plus ou moins grande du salaire d'un individu au cours de sa vie. D'autres facteurs entrent en jeu, comme par exemple le niveau de qualification. De plus, on peut considérer que les différences de salaires sont nécessaires pour stimuler les employés.

LES VARIATIONS DES REVENUS AU COURS DE LA VIE

On peut observer que les revenus augmentent régulièrement durant la vie adulte d'un individu, puis qu'ils diminuent rapidement dans les dernières années et durant la période de la retraite. Cette observation remet en cause l'amplitude de l'inégalité des revenus représentée par la courbe de Lorenz.

CAUSES DES INÉGALITÉS DE REVENUS

L'inégalité des revenus s'explique par les facteurs suivants

- compétences professionnelles,
- niveau d'études,
- volonté d'accepter l'incertitude et les risques,
- fortune et biens personnels (10% des ménages détiennent 70% des richesses)
- imperfections du marché.

ARGUMENTS EN FAVEUR DE LA REDISTRIBUTION DU REVENU

On a pu faire remarquer que la perte de pouvoir d'achat subie par un individu qui a un salaire élevé est minime comparée au gain de pouvoir d'achat dont bénéficie un individu qui a de faibles revenus. Ainsi, le pouvoir d'achat global de la société augmenterait grâce à la redistribution des revenus. On peut également considérer le système de redistribution des revenus comme une assurance pour les personnes qui ont de hauts revenus, qui peuvent un jour ou l'autre se retrouver dans le besoin.

ARGUMENTS CONTRE LA REDISTRIBUTION DES REVENUS

La redistribution de revenu constitue une charge pour pour les employés qui cotisent et n'incite pas les bénéficiaires de prestations sociales à retrouver du travail. Ces éléments dissuasifs risquent d'entraîner une diminution de la production nationale.

EFFETS DE LA DISCRIMINATION RACIALE SUR L'ECONOMIE.

Toutes les formes de discrimination conduisent à une sous-utilisation des ressources productives. Ainsi, l'économie perd de son efficacité et son rendement est amoindri. De plus, les revenus non perçus contribuent également à une réduction de l'activité économique.

Le revenu moyen des gens de couleur équivaut à 66% du revenu moyen des gens de race blanche (il est inférieur d'environ un tiers). Si la discrimination dans les salaires est manifestement toujours présente, elle est moins importante qu'il y a 30 ans. Le revenu moyen des gens de couleur équivalait alors à seulement 54% de ceux des gens de race blanche. TD>

PROGRAMMES D'AIDES SOCIALES

Les principaux programmes d'aides sociale sont les suivants

- troisième âge, veuvage, pensions d'invalidité, assurance maladie, Medicare (régime d'assurance maladie pour les personnes âgées et handicapées)
- allocations familiales, revenu minimum, Medicaid (soins médicaux gratuits pour les personnes du troisième âge et pour les plus démunis)
- assurance chômage.

La sécurité sociale américaine a cessé d'être un programme d'auto-assurance depuis le début des années 70, quand les caisses se sont retrouvées déficitaires. Les taux de cotisations ont augmenté considérablement depuis sa création (passant de 3% à 15%), mais des augmentations supplémentaires pourraient s'avérer nécessaires lorsque la génération des années du Baby Boom partira en retraite. Cependant, vers la fin des années 90, marquées par une période de prospérité économique, les caisses se sont de nouveau retrouvées excédentaires, grâce à un volume plus important des cotisations.

CRITIQUE DES PROGRAMMES D'AIDE SOCIALE

Les aspects les plus critiquables des systèmes d'aide sociale sont les suivants:

- paperasse administrative inutile,
- injustices (entre individus et régions),
- les prestations sociales constituent un piège pour les bénéficiaires en les incitant à ne pas chercher de nouvel emploi.

Malgré l'existence de tels inconvénients, les systèmes d'aide sociale doivent être maintenus pour lutter contre la misère.

IMPÔT NÉGATIF DU REVENU

On a proposé la mise en place d'un impôt négatif du revenu pour remplacer les systèmes d'aide sociale actuels, administrativement lourds et coûteux. Ce projet prévoit le paiement d'un impôt négatif pour les ménages dont le revenu est inférieur à un minimum garanti.

BUREAU DU RECENSEMENT DES ETATS-UNIS

Le bureau du recensement des Etats-Unis fournit des informations sur la répartition des revenus individuels par groupes ayant le même niveau de revenus, sur le pourcentage des ménages par groupe, et sur la répartition du revenu global par groupe. Il prend en compte le revenu brut ainsi que les revenus de transferts (prestations sociales). Il ne déduit ni les cotisations sociales ni les impôts sur le revenu. On remet souvent en cause ces statistiques, qui sont basées sur une définition du revenu trop étroite. D'autre part, les calculs se font sur des périodes trop courtes.

ELARGIR LA DEFINITION DU REVENU

Les données fournies par le bureau du recensement des Etats-Unis sont fréquemment remises en question, leur définition du concept de revenu étant trop étroite. Une définition plus exacte du revenu devrait prendre en compte les éléments suivants: 1) charges sociales prélevées sur salaire, 2) impôts personnels sur d'autres revenus, 3) prestations sociales en nature, et 4) gains sur les valeurs boursières. Si l'on réajuste les chiffres fournis par le bureau du recensement, on constate généralement une diminution dans les écarts de revenus. .

RÔLE DU GOUVERNEMENT

La redistribution du revenu fait partie des fonctions majeures du gouvernement. Elle s'opère par le biais des impôts et des revenus de transferts. Depuis 1990, l'impôt est moins progressif et les revenus de transfert sont les moyens les plus efficaces pour la redistribution des revenus. Les impôts et les revenus de transfert modifient la courbe de Lorenz, la déplaçant vers le haut et vers la gauche, ce qui diminue les inégalités de revenus.

LA PAUVRETÉ

Il n'existe pas de définition précise de la pauvreté. On considère qu'un ménage qui n'est pas en mesure de subvenir à ses besoins vitaux vit au-dessous du seuil de pauvreté. Pour déterminer le niveau de pauvreté, le gouvernement prend en compte le salaire, les revenus de transfert, les possessions de biens immobiliers et la taille de la famille. Environ 15% de la population des Etats-Unis vit en dessous du seuil de pauvreté. La pauvreté existe dans toutes les régions du territoire national et dans tous les groupes de la population. Les minorités ethniques sont cependant plus touchées que les gens de race blanche.

LA PAUVRETÉ

Si la pauvreté aux Etats-Unis a reculé considérablement dans les années 60, elle connaît actuellement une phase de recrudescence. Ce phénomène passe relativement inaperçu, pour différentes raisons : 1) les couches défavorisées n'ont pas de représentation politique forte. 2) les pauvres tendent à être exclus et vivent dans des ghettos, à la ville comme à la campagne et 3) une grande partie de la population passe alternativement au dessus et en dessous du seuil de pauvreté. La pauvreté qui touche les minorités est due en grande partie aux problèmes de discrimination raciale. On peut donc faire reculer la pauvreté en combattant ces discriminations.

CHAPITRE 14:

LE TRAVAIL

CONTENU DU COURS

Ce chapitre retrace l'histoire du syndicalisme ouvrier aux Etats-Unis, qui est marquée par trois périodes distinctes : répression, encouragement et surveillance. La dernière partie du cours est consacrée au rôle des syndicats dans la vie économique.

SYNDICALISME AMÉRICAIN

L'histoire du syndicalisme américain est divisée en trois phases distinctes : une ère de répression au début du 19ème siècle, une période de législation pro-syndicale dans les années 30, et une période de contrôle et d'ingérence depuis la deuxième guerre mondiale.

Les organisations professionnelles sont nées en Europe à l'époque du moyen-âge. Si le syndicalisme ouvrier américain a pu, au début, s'inspirer de ces formes d'organisation, il a aujourd'hui ses propres caractéristiques.

RÉPRESSION DES SYNDICATS

Avant 1930, les syndicats étaient réprimés par le biais de la justice et par l'emploi de ruses tactiques savamment employées par les patrons d'entreprises. Les tribunaux les inculpaient pour « association de malfaiteurs » et « atteinte la liberté du commerce », et par des « mises en demeure » leur interdisant toute action revendicative. Les stratégies utilisées par les entreprises consistaient fermer les usines, licencier les employés qui étaient syndiqués, obliger les nouveaux employés à signer des clauses de non-syndicalisation lors des signatures des contrats d'embauche, et à proposer des syndicats « maison » très paternalistes.

Avant 1932, un employeur pouvait obliger un employé signer un contrat par lequel il s'engageait à ne pas adhérer à un syndicat. Cela s'appelle une « clause de non-syndicalisation ». Si par la suite, cet employé adhérait à un syndicat, l'employeur avait le droit de le licencier.

FÉDÉRATION AMÉRICAINNE DU TRAVAIL

La fédération américaine du travail (AFL) a été créée en 1886, sous la conduite de Samuel Gompers, et ce malgré la répression que subissaient les syndicats. L'AFL doit son succès à trois principes de base :

- une approche concrète du syndicalisme ouvrier,
- la neutralité politique,
- une autonomie commerciale: elle était composée de syndicats de métiers.

Certains responsables syndicaux étaient inspirés par des idées radicales, qui donnaient lieu à des affrontements violents. Au contraire, Samuel Gompers refusait d'employer la force et passait par la négociation. Il a été capable de démontrer que la Fédération Américaine du Travail était bénéfique aux entreprises américaines.

LÉGISLATION DES SYNDICATS

Voici les lois principales régissant le syndicalisme aux USA :

- Loi de Norris-LaGuardia de 1932 (interdiction des clauses de non-syndicalisation et des mises en demeure), et
- Loi de Wagner de 1935 (qui a créé le NLRB, et a interdit la discrimination contre les syndicats dans les entreprises).

La grande dépression des années 30 a créé beaucoup de chômage, et a entraîné beaucoup de souffrances chez les ouvriers américains. Mais elle a également fait prendre conscience aux législateurs de Washington qu'une plus grande protection sociale était devenue indispensable. C'est à cette époque qu'a été votée la majeure partie de la législation pro-syndicats.

OFFICE NATIONAL DES RELATIONS DU TRAVAIL

L'office national des relations du travail (NLRB), une commission d'arbitrage du ministère du travail, a été créé en 1935 par la Loi de Wagner. Son but est de faciliter la formation des syndicats. Le NLRB a également pour rôle de veiller au maintien de la loi et de poursuivre en justice les employeurs qui commettent des délits.

Quand les employés d'une entreprise veulent former ou rejoindre un syndicat, ils en font la demande au NLRB. Le NLRB vérifie que les élections se déroulant au sein des syndicats ne sont pas truquées, et veille à ce que les employés ne soient pas soumis à des pressions anormales les incitant à se syndiquer.

LE CONGRÈS DES SYNDICATS D'INDUSTRIES

Le congrès des syndicats d'industries (CIO) a été formé en 1936 sous la conduite de John L. Lewis. Le rôle du CIO était d'aider les ouvriers peu qualifiés à se syndiquer (à la différence de l'AFL qui défendait les droits des ouvriers très qualifiés.) et de s'unir efficacement pour faire face aux employeurs lors des procédures de négociations collectives. Le CIO se joindra à l'AFL en 1955 pour former la Fédération des Syndicats Indépendants Américains.

La Fédération Américaine du Travail avait été créée principalement pour les ouvriers hautement qualifiés. Elle ne représentait que dans une faible mesure les intérêts des ouvriers non qualifiés et des ouvriers spécialisés qui travaillaient sur les chaînes de montage, qui ne cessaient de se développer. Les intérêts des ouvriers non qualifiés et des ouvriers spécialisés étaient en conflit avec ceux des ouvriers qualifiés, et le congrès des syndicats ouvriers a été créé pour remédier à ce problème.

SURVEILLANCE DES SYNDICATS

Après la deuxième guerre mondiale ont été votées des lois visant à renforcer le contrôle et la surveillance des activités des syndicats:

- Loi de Taft-Hartley de 1947: elle met en évidence les pratiques déloyales en milieu professionnel (telle que la protection abusive des ouvriers, les grèves de solidarité ou illicites), soumet les procédures d'administratives des syndicats à certaines obligations, et prévoit une période de réflexion avant le déclenchement d'une grève,
- Loi de Landrun-Griffing de 1959: elle renforce le contrôle des lections et des comptes des syndicats.

Les syndicats gèrent de grosses sommes d'argent provenant des cotisations des membres syndiqués, et certains d'entre eux - en particulier le syndicat des routiers - ont été infiltrés par des individus indésirables et par le grand banditisme. Une partie de la législation passée depuis 1947 a été votée pour remédier ce problème et pour protéger les intérêts des adhérents.

DÉCLIN DES SYNDICATS

Depuis les années 50, le nombre de salariés syndiqués n'a cessé de décroître, passant de 25% à 15% de la main-d'œuvre salariée. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette régression :

- une structure différente de l'économie, avec le développement du secteur tertiaire, où les syndicats ont des difficultés à maintenir l'adhésion des membres,
- des aides sociales provenant d'autres sources (par exemple sécurité sociale),
- l'évolution des comportements chez les employeurs.

Les petites entreprises et les agences opérant dans le secteur des services (par exemple les agences de voyages, et les agents immobiliers) ont des employés qui sont géographiquement dispersés et très difficile à syndiquer. Ce secteur de l'économie est en pleine expansion aux USA, et se développe aux dépens de l'industrie traditionnelle. De ce fait, la syndicalisation des ouvriers devient de plus en plus difficile.

INFLUENCE DES SYNDICATS SUR L'ECONOMIE

Les employés qui font partie d'un syndicat ont des salaires de 10 à 15 % plus élevés que ceux des employés non syndiqués. Cependant, on a pu faire remarquer que les professions où la syndicalisation se fait le plus facilement sont également celles qui sont les mieux rémunérées, et que les écarts de salaire auraient existé indépendamment de l'intervention des syndicats. Certaines pratiques syndicales restrictives sont considérées comme étant un frein à la création d'emplois. Cependant, on peut estimer que l'influence des syndicats est bénéfique aux entreprises, dans le sens où les syndicats exigent d'elles plus d'efficacité et une utilisation maximale de leurs ressources.

Les syndicats connaissent une baisse de prestige et l'on assiste à une baisse de confiance dans leur efficacité, à cause des réductions de salaires qu'ils ont pu concéder dans certains contrats. Ce phénomène est né de la récession des années 1981-82, des difficultés rencontrées par certaines entreprises américaines, et de la dérégulation mise en place dans certains secteurs de l'industrie (par exemple, les compagnies aériennes). Ces réductions de salaires ont été obtenues par les employeurs grâce aux lois sur les faillites, tel que, par exemple, dans le cas de la compagnie aérienne américaine Eastern Airlines.

CHAPITRE 15:

COMMERCE INTERNATIONAL

OBJECTIF DE L'ÉTUDE

L'objectif de ce chapitre est d'établir pourquoi les nations font du commerce et pourquoi elles tendent à limiter le commerce malgré le gain qu'elles en tirent. La justification du commerce est fondée sur l'avantage comparatif qui conduit chaque pays à se spécialiser. Une liste étendue d'arguments pour le protectionnisme est dressée. Les efforts pour développer le commerce international concluent la section.

MODÈLES DE COMMERCE INTERNATIONAL

L'importance du commerce international peut être mesurée par le volume de marchandises exportées qui en absolu s'est développé plus rapidement que la production interne et par le degré d'interdépendance des économies mondiales. En outre, le commerce international est un substitut pour la mobilité des ressources. Enfin, il affecte également les prix internes, le niveau de l'emploi, et toutes les politiques internes des gouvernements.

Les Etats-Unis ont été historiquement plus isolés que beaucoup d'autres pays en raison des distances, et de leur grande étendue ainsi que de la prospérité de leur marché intérieur. Cependant, ceci est en train de changer: les entreprises américaines sont maintenant de plus en plus intéressées par les marchés étrangers. Dans de nombreuses lignes de produits, la majorité des marchandises vendues aux Etats-Unis est importée (par exemple, l'électronique, les textiles, les chaussures).

AVANTAGE COMPARATIF

La raison pour laquelle les nations font du commerce, est liée au concept d'avantage comparatif. Une nation possède un avantage comparatif si elle est capable de produire un bien plus efficacement qu'un autre pays. Les nations vont se spécialiser dans les marchandises dans lesquelles elles possèdent un avantage comparatif, et vont les échanger avec d'autres nations. La dotation de ressources d'un pays est une source importante de son avantage comparatif.

Les Etats-Unis ont été bénis avec la terre fertile abondante des Etats du Midwest, et les fermiers ont trouvé des méthodes ingénieuses pour la cultiver efficacement. En conséquence, les Etats-Unis ont un avantage comparatif dans le maïs et le blé, qu'ils exportent.

SPÉCIALISATION

Chaque nation se spécialise dans la production dans laquelle elle possède un avantage comparatif. La spécialisation permet à chaque nation d'employer plus intensivement sa ressource abondante et dans une certaine mesure de compenser la carence de sa ressource rare.

Le prix de la ressource abondante monte et le prix de la ressource rare descend. En raison des lois de rendement décroissant et des coûts d'opportunité croissants, la spécialisation n'est jamais totale.

En Ecosse, la terre n'était propice à autre chose qu'à l'élevage de moutons. Ainsi, l'Ecosse s'est spécialisée dans la fabrication de tissus délicats en laine.

EFFET DU COMMERCE

L'effet principal du commerce est la spécialisation. De plus, les prix des ressources et des produits changent. Le commerce prendra place seulement si les termes d'échange, ou les prix relatifs des marchandises qui sont échangées, se situent entre les termes d'échange des deux pays. En conséquence, les prix des produits dans les deux les pays tendront à s'égaliser.

Dans un pays tropical, les bananes et les fruits tropicaux peuvent être très bon marché, tandis que dans les pays nordiques ces produits seraient rares et donc très chers, si le commerce international n'avait pas lieu. En raison des exportations de bananes vers le nord, la différence de prix des bananes est amoindrie. Il y a également une augmentation des salaires et du bien-être pour ceux qui cueillent les bananes dans les pays tropicaux.

GAINS DU COMMERCE

Quand deux nations font du commerce, toutes les deux tirent profit du commerce. Chaque nation peut obtenir de l'autre pays plus de produits qu'elle n'aurait pu produire elle-même. Ainsi, chaque pays est capable de consommer au-delà de sa courbe de capacité de production. De plus, les revenus tirés de la ressource abondante par les propriétaires sont bonifiés.

Les bananes produites aux Etats-Unis seraient très chères. Les Américains tirent profit de l'importation des bananes en provenance des pays tropicaux. Les pays tropicaux importent des produits manufacturés en provenance des Etats-Unis en échange des bananes. Tous les pays y gagnent.

PROTECTIONNISME

Le protectionnisme consiste en diverses formes de restrictions sur le commerce international; ces restrictions incluent

- les taxes (ou taxes imposées sur les marchandises importées),
- les quotas (ou restrictions du volume des marchandises importées),

- les barrières non-tarifaires (telles que les licences et les règlements d'importation),
- les restrictions à l'exportation (quotas sur l'exportation par les partenaires commerciaux).

Très rares sont les pays qui ne possèdent aucune taxe . Les taxes sont habituellement plus élevées sur les produits de consommation finis. Elles sont modérées sur les marchandises intermédiaires. Les matières premières et les produits de technologie de pointe sont peu ou non taxés.

PROTECTIONNISME

L'effet du protectionnisme est d'augmenter les prix internes des marchandises auparavant importées. Les revenus tirés de la ressource abondante vont diminuer. Les gains tirés du commerce fléchissent. Les consommateurs souffrent d'une perte de plus-value. Le rendement de la production diminue.

Les Etats-Unis maintiennent une taxe sur le sucre. Dans les années 80, le prix de gros mondial du sucre tourne autour 8 cents la livre. En raison de la taxe, le prix de gros du sucre aux Etats-Unis passe à 21 cents la livre ce qui constitue une chance de revenus pour une poignée de très grands producteurs américains. Par contre, le consommateur américain paye un prix plus élevé et supporte des privations (petites sans doute, mais néanmoins réelles).

RAISONS DU PROTECTIONNISME

Les raisons du protectionnisme incluent

- auto-provisionnement,
- industrie naissante,
- dumping étranger,
- diversification,
- stimulation économique.

Après l'indépendance le gouvernement des Etats-Unis a défendu ses taxes sur l'argenterie britannique en précisant que sa production venait juste de commencer et ne pouvait concurrencer les producteurs bien établis et expérimentés de l'Angleterre.

LIBÉRALISATION COMMERCIALE

Les efforts de libres échanges sont mondiaux et régionaux.

L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC ou World Trade Organization qui s'appelait autrefois General Agreement on Tariffs and Trade ou GATT) est une organisation internationale impliquée dans le processus de négociation de plus de 146 pays. L'OMC a réduit les taxes de plus de la moitié depuis 1947. Les intégrations économiques, telle que l'Union Européenne (ou Communauté Economique Européenne ou Marché Commun) qui regroupe actuellement 15 pays d'Europe et comptera 25 pays en 2004, ou telle que l'ALENA (Accord de Libre-Echange Nord-Américain) qui est un accord de libre échange entre les Etats-Unis, le Canada et le Mexique, ont permis de lever les taxes et d'augmenter le commerce entre les nations membres.

En 1988, les Etats-Unis et le Canada ont signé un accord autorisant le libre échange entre les deux pays; le Mexique adhèrera plus tard pour former l'ALENA. Les trois nations peuvent ainsi bénéficier de l'accord de manière significative.

CHAPITRE 16:

FINANCE INTERNATIONALE

OBJECTIF D'ÉTUDE

L'objectif de ce chapitre est d'étudier l'aspect financier du commerce international de tous les pays. Cela se manifeste par la balance des paiements. Les processus d'ajustement de la balance des paiements sont différents suivant que le système du taux de change est fluctuant ou fixe. Chaque système a ses effets économiques pervers que les pays souhaiteraient éviter. Ceci, explique périodiquement l'histoire des systèmes monétaires internationaux.

BALANCE DES PAIEMENTS

La balance des paiements d'un pays est un compte rendu de toutes les transactions de ce pays avec les autres pays sur une année. Les transactions incluent les flux de marchandises, les prestations de services, les transferts monétaires unilatéraux, les flux monétaires (à court ou long terme), ainsi que les transferts des réserves officielles effectués par les gouvernements. Il y a plusieurs façons de mesurer la balance des paiements en fonction des flux qui y sont inclus.

La balance des paiements est composée de beaucoup de flux différents. Par exemple, en 1981, la balance commerciale des Etats-Unis (c'est-à-dire, les exportations moins les importations) était négative de \$28 milliards. La même année, la balance des marchandises et des services était positive de \$13 milliards.

BALANCE DES PAIEMENTS

Quand les importations excèdent les exportations, un déficit advient dans la balance des paiements. Quand les exportations excèdent les importations un surplus apparaît. (La balance des paiements inclurait également les flux monétaires nets et la simplification a pour but une clarté d'explications.) Ni un déficit ni un excédent ne peuvent subsister à long terme sans qu'un ajustement économique ne prenne place, le plus souvent par le taux de change .

Entre 1982 et 1988 un déficit commercial considérable a été ressenti par les Etats-Unis dans leur commerce avec le Japon. Au cours de cette période la valeur du Yen a augmenté de 50% (de 125 Yens au dollar, à 250 Yens au dollar).

TAUX DE CHANGE FLUCTUANT

Un taux de change fluctuant (ou flottant librement) existe quand il est permis au taux de change de s'ajuster en réponse à un déficit ou à un excédent sans aucune intervention d'un pays. Si un pays connaît un excédent, la demande de sa devise sera supérieure à l'offre, et la valeur de cette devise (ou taux de change) s'élèvera. Si un pays possède un déficit, l'opposé aura lieu: la valeur de cette devise diminuera.

Les taux de change entre le dollar, le Yen, la livre sterling et le Mark allemand peuvent changer selon les besoins des acheteurs et des vendeurs de ces devises. C'est un système de taux de change fluctuant. En effet, il a été (plus ou moins) fluctuant depuis 1971.

CAUSES DÉTERMINANTES DU TAUX DE CHANGE FLUCTUANT

Les causes déterminantes des taux de change fluctuants sont liées à la demande et l'apport d'une devise, qui sont le plus souvent imputables aux flux de marchandises et aux flux monétaires. Les changements des flux de marchandises (et donc, du taux de change) sont, eux-mêmes, provoqués par des changements des prix relatifs, des niveaux de revenus relatifs et des taux

d'inflation relatifs dans deux pays. Les taux de change fluctuants sont également affectés par la spéculation.

La valeur du Yen a augmenté entre 1982 et 1988 parce qu'il y avait plus d'acheteurs de Yens (pour payer les importations en provenance du Japon comme les voitures et les produits électroniques) que de vendeurs de Yens (pour effectuer les exportations au Japon, comme des avions et des produits agricoles). Une des raisons de l'importance des importations américaines en provenance du Japon réside dans le désir insatiable de consommation de la société américaine.

INCONVÉNIENTS DU TAUX DE CHANGE FLUCTUANT

Les inconvénients principaux du taux de change fluctuant sont les suivants:

- incertitude relative aux fluctuations futures du taux de change qui peuvent réduire le commerce international, et
- instabilité et chômage structurel des industries d'exportation et d'importations concurrentes.

Les transactions internationales prennent du temps en raison de la distance, des nombreuses formalités, des inspections douanières, des crédits bancaires et ainsi de suite. Entre le jour où le prix de vente est déterminé et le jour où les marchandises sont reçues, six mois peuvent facilement s'écouler. Pendant ce temps, le taux de change peut changer et, soit l'importateur doit effectuer un paiement plus important, soit l'exportateur doit accepter un paiement moins important. Cette perte potentielle décourage le commerce international.

TAUX DE CHANGE FIXE

Un taux de change fixe existe lorsqu'un pays essaye d'empêcher les taux de change de fluctuer en raison d'un déficit ou d'un excédent de la balance des paiements. Une telle intervention dans les marchés des changes doit être accompagnée par d'autres mesures afin d'être efficace.

Beaucoup de devises dépendent des autres devises. Par exemple, le peso mexicain dépend du dollar américain.

TAUX DE CHANGE FIXE

Quand un pays est engagé à maintenir son taux de change à une certaine valeur, l'intervention sur les marchés des changes doit être habituellement accompagnée des politiques suivantes:

- ajustements macro-économiques (pour réduire le revenu dépensé sur les importations),
- taxes protectrices (pour réduire les importations).

En outre, des contrôles des changes sont parfois imposés constituant des restrictions sur l'achat des devises étrangères.

Au cours des années 90, pour maintenir la parité officielle entre le peso mexicain et le dollar américain, le gouvernement mexicain a dû dissuader les achats excessifs de produits américains. Il fit cela en exigeant des licences d'importation pour toute importation. Il employa également divers outils de politique macro-économique.

INCONVÉNIENTS DU TAUX DE CHANGE FIXE

L'inconvénient principal des taux de change fixes est le développement au niveau international d'une instabilité économique. Les pays qui ont un taux de change fixe sont sujets à l'inflation et au chômage transmis par le commerce et les flux monétaires en provenance des autres pays. En outre, des réserves suffisantes doivent être disponibles pour permettre une intervention dans les marchés des changes étrangers. En conclusion, diverses restrictions commerciales et des contrôles des changes sont souvent présents.

Le ralentissement économique aux Etats-Unis de 1930 s'est rapidement propagé à beaucoup de pays du monde. Par exemple, la baisse de la consommation américaine de produits britanniques, a provoqué un ralentissement de l'économie britannique. Si le taux de change entre le dollar et la livre avait été fluctuant, le déficit commercial britannique aurait été absorbé par une fluctuation du taux de change. Mais le taux de change était fixe à ce moment là.

ÉTALON OR

L'étalon or est une des formes de système de taux de change fixe parce que toutes les devises possèdent un équivalent très précis en grammes d'or (ou parité monétaire). Le système a été abandonné en 1934, en partie, à cause de l'affectation au niveau mondial de la grande crise. L'étalon or exigeait également des flux d'or d'un pays à un autre.

Le prix officiel de l'or au Royaume-Unis avant 1934 était de 4,25 livres sterling pour une once d'or. Le prix officiel de l'or aux Etats-Unis à cette époque était \$20,67 pour une once d'or. Les parités des deux monnaies exigent que le taux de change entre les deux devises soit de 4,86 dollars pour une livre sterling.

SYSTÈME DE TAUX DE CHANGE FIXE

De 1944 à 1971, un système de taux de change aligné a été employé. Le système permettait au taux de change de fluctuer entre deux niveaux, un maximum et un minimum, mais surtout pas au delà: ceci constituait un système de taux de change fixe. Le système a été accepté en 1944 lors des Accords de Bretton Woods; cette convention a également mis en place le FMI.

Après la seconde guerre mondiale, le prix officiel de l'or aux Etats-Unis était de \$35,00 pour une once d'or. La livre sterling ne pouvait plus être convertie directement en or (depuis 1934), mais pouvait être échangée (au taux de \$2,40 par livre) en dollars qui étaient toujours convertibles en or. C'était donc un système de taux de change basé sur l'or (appelé gold exchange standard) qui dura jusqu'en 1971.

FONDS MONÉTAIRE INTERNATIONAL

Le Fonds Monétaire International (FMI) a été créé en 1944 lors des Accords de Bretton Woods afin de fournir des réserves aux pays qui en ont besoin pour maintenir leur taux de change fixe, ou plus précisément aussi stable que possible. Le FMI avance des réserves aux pays dont la balance des paiements est en déficit.

Le FMI a octroyé des prêts à beaucoup de pays qui ont eu des difficultés à maintenir la valeur de leurs devises. Dans les années 80, de tels prêts ont été effectués en particulier au Mexique et au Brésil. Dans les années 90, les prêts étaient dirigés vers les pays de l'est tel que la Russie. En 2002, la crise monétaire de l'Argentine requit une aide.

SYSTÈME MONÉTAIRE INTERNATIONAL

Un système monétaire international doit être défini par les nations les plus importantes du monde parce que les actions d'un pays pour maintenir son taux de change peuvent être affectées par les actions d'un autre pays. Ainsi une coopération est indispensable. Ceci a été illustré dans les divers systèmes de taux de change fixe. Actuellement, le système n'est ni fixe ni fluctuant; il est parfois employé comme système de contrôle flottant (ou taux contrôlé, ou même taux déloyal) parce que les pays peuvent intervenir de temps en temps.

Les annonces officielles des réunions entre les sept puissances monétaires principales du monde (Etats-Unis, Grande-Bretagne, Japon, Allemagne, Canada, France et Italie) annoncent souvent que ces gouvernements veulent maintenir la valeur de certaines devises (par exemple le dollar américain). Ceci montre que le système monétaire international présent n'est ni entièrement libre et ni véritablement flexible.