

CHAPITRE

1

Introduction

Dans ce chapitre, nous définissons la science économique, traitons de méthodologie et présentons un premier aperçu du fonctionnement du marché, afin de permettre au lecteur de saisir la toile de fond des chapitres subséquents.

1.1. DÉFINITION DE LA SCIENCE ÉCONOMIQUE

De tout temps, l'homme a dû faire des choix. Comme les ressources disponibles sont limitées et ne peuvent produire suffisamment de biens et de services pour répondre aux divers besoins exprimés, il fait face au problème de la rareté et doit donc procéder à l'allocation des ressources, c'est-à-dire choisir les besoins qu'il veut satisfaire en priorité ainsi que les moyens pour y parvenir.

À travers le temps, divers systèmes d'allocation de ressources ont prévalu. Ainsi, les réponses aux questions « Qui fait quoi, comment et pour qui » provenaient de systèmes basés sur l'autorité, la tradition ou la planification et la commande. Le système d'allocation de ressources qui a

cours actuellement dans un grand nombre de sociétés est le système de marché, c'est-à-dire des échanges volontaires entre des individus et des entreprises.

Les économistes se penchent sur l'allocation de ressources rares dans un système de marché. Ils examinent le fonctionnement d'un système où les agents économiques, forcés de faire des choix à cause de la rareté des ressources, expriment leurs préférences en manifestant une volonté de payer. D'autres agents, motivés par la perspective de gains, se chargent de produire pour répondre à ces besoins, sans intervention d'un agent planificateur.

La microéconomie traite du problème de la rareté et du fonctionnement des marchés au niveau des agents économiques. Elle se préoccupe du comportement des individus et des entreprises. La macroéconomie traite des grands agrégats économiques, tels que la consommation, les dépenses gouvernementales, l'investissement et les échanges extérieurs.

L'économie managériale relève du domaine de la microéconomie. La distinction entre la microéconomie et l'économie managériale relève d'une question de perspectives et non de différences conceptuelles. Dans une présentation traditionnelle de la microéconomie, on met l'accent sur le fonctionnement du marché, le rôle des prix et les implications pour le bien-être de la société, alors que dans une perspective managériale, on met l'accent sur la rivalité et la pertinence des concepts microéconomiques en ce qui concerne la prise de décision.

1.2. MÉTHODOLOGIE

Il est essentiel de présenter dès maintenant quelques éléments de méthodologie; autrement, l'approche économique risquerait de sembler détachée de la réalité, alors qu'elle constitue un puissant instrument d'analyse du monde complexe dans lequel nous vivons.

Le chercheur qui désire comprendre le comportement des différents agents économiques, en l'occurrence les entreprises et les acheteurs, est assailli par une abondance de données et de facteurs explicatifs possibles. Prenons, par exemple, la détermination du niveau de vente de véhicules

automobiles au Canada. A priori, nous pouvons penser que le revenu d'un individu, sa richesse, le taux d'intérêt, le prix de la voiture, les caractéristiques des nouveaux modèles, le statut familial, la distance à parcourir, l'acquisition de voitures par des amis, voisins ou collègues de travail sont des facteurs explicatifs. Nous devons aussi tenir compte de l'humeur de l'individu à un moment donné dans le temps. La prise en compte de ces éléments dans la détermination du niveau des ventes agrégées, à la suite, par exemple, de l'introduction d'une nouvelle taxe, dépasse notre capacité d'analyse.

La réaction du chercheur est alors de simplifier, car la réalité est trop complexe pour être abordée de front. Il s'agit donc de réfléchir, non pas sur le monde réel, mais bien sur un modèle qui pourrait être défini comme une construction simplificatrice que le chercheur impose aux données afin de faire abstraction de complexités secondaires rattachées au problème étudié. Il a recours à un modèle pour faire ressortir les déterminants principaux du comportement à l'étude. Ce modèle n'est donc pas réaliste, par définition, puisqu'il simplifie.

La construction d'un modèle comporte trois étapes : la spécification d'hypothèses, la déduction d'un comportement menant à une prédiction et le test de la valeur de la prédiction. La simplification s'effectue dans la formulation des hypothèses définissant un nouvel univers qui s'avère plus ou moins complexe. Par exemple, dans le cas d'un modèle d'acquisition de voitures, nous pourrions considérer que l'achat dépend du revenu de l'acheteur, du prix et du taux d'intérêt, et faire abstraction de tous les autres facteurs que nous avons signalés plus haut. Avec un autre modèle, nous pourrions inclure comme variable l'acquisition de voitures par les pairs.

Après avoir précisé les hypothèses, le chercheur déduit le comportement du consommateur dans diverses conditions. A partir de l'exemple précédent, considérons une variation du niveau de revenu. Un processus de déduction, basé sur le désir d'un individu d'améliorer son bien-être dans une situation de rareté, laisse voir qu'une augmentation de la consommation de la plupart des biens et services est associée à une augmentation du revenu¹. Notre prédiction est alors qu'une hausse de revenu occasionne une hausse de la consommation du bien voiture.

1. Nous traitons plus longuement de ce sujet au chapitre 2.

Ensuite, il s'agit de tester cette prédiction, c'est-à-dire de la confronter aux comportements réellement observés. Si le modèle prédit correctement les comportements, nous dirons qu'il est bon. Si la prédiction ne se vérifie pas, nous devons spécifier à nouveau le modèle et reprendre tout le processus.

Dans une telle démarche, le pouvoir de prédiction du modèle est très important : si la prédiction est bonne, alors le modèle est bon. Il faut remarquer les implications de cette approche sur la valeur des hypothèses. L'hypothèse est valable si elle mène à une bonne prédiction. Le degré de réalisme n'intervient pas dans les critères d'appréciation des hypothèses simplificatrices choisies². Ces considérations donnent lieu à un débat méthodologique fort animé. Ainsi, certains chercheurs acceptent sans nuance cette démarche dite scientifique, alors que d'autres, sans pour autant contester la nécessité de simplifier, souhaitent la formulation d'hypothèses plus réalistes pour deux raisons : en premier lieu, ils n'acceptent pas l'identification « connaissance » et « pouvoir de prédiction », car pour connaître, soutiennent-ils, il faut expliquer pourquoi, sans se référer à l'artifice du « comme si » ; en second lieu, ils craignent qu'une hypothèse non réaliste compromette une relation stable avec le comportement étudié, le modèle utilisé devenant alors moins valable dans certaines circonstances.

Certaines hypothèses utilisées au cours des chapitres qui suivent sont manifestement irréalistes. Par exemple, nous posons que l'agent économique, consommateur ou gestionnaire, est un être parfaitement rationnel. Nous faisons aussi l'hypothèse de firmes qui maximisent leurs profits. Or, la maximisation des profits telle que la microéconomie l'envisage n'est pratiquée par aucune firme réelle.

Il faut toutefois signaler que certains modèles utilisés au cours des différents chapitres font appel à des hypothèses relativement réalistes. En effet, lorsqu'un modèle engendre de mauvaises prédictions, il faut procéder à une nouvelle spécification et dans la plupart des cas, les nouveaux modèles font appel à des hypothèses moins abstraites. En général, plus le

2. La principale référence sur ce sujet est M. FRIEDMAN, « The Methodology of Positive Economics », *Essays in Positive Economics*, Chicago, University of Chicago Press, 1953, pp. 3-43.

comportement étudié est commun à un grand nombre d'individus, plus l'hypothèse simplificatrice est loin de la réalité. Inversement, lorsque le comportement étudié est celui d'un petit nombre d'individus, les hypothèses sont plus réalistes. Ainsi, le modèle utilisé pour prédire l'effet d'une modification de la taxe de vente sur le prix moyen au niveau d'une industrie entière sera sans doute fondé sur des hypothèses moins réalistes qu'un modèle devant prédire comment une firme donnée modifie ses prix.

La spécification de modèles est une tâche complexe. Il faut avoir comme objectif de simplifier et de cerner l'essentiel, tout en étant prêt à élargir la gamme des hypothèses afin d'augmenter le nombre de comportements expliqués. Dans les divers chapitres qui suivent, nous faisons appel à différents modèles, certains plus réalistes que d'autres. Ceci n'est que la conséquence de la grande variété de comportements abordés au moyen des concepts de la microéconomie.

Notre examen des différents modèles est généralement basé sur une certaine formalisation qui, par ailleurs, est limitée à ce que nous jugeons nécessaire pour en faciliter l'exposé tout en développant chez l'étudiant une certaine capacité d'analyse. Nous faisons donc largement appel aux graphiques pour illustrer nos propos. L'économie étant la science de l'utilisation des ressources rares, nous rencontrons de nombreuses situations d'optimisation. Nous les traitons de façons tantôt intuitive, tantôt formelle, en utilisant le calcul différentiel (dérivée première). L'annexe 1.1 de ce chapitre est un rappel de la notion de fonction, de l'utilisation de graphiques et de la dérivée première d'une fonction. Ce rappel devrait permettre à l'étudiant de maîtriser les aspects formels du livre.

Les approches positives et normatives

Les modèles économiques sont utilisés à des fins positives et normatives. L'approche est positive lorsque l'intention est d'expliquer un comportement quelconque. Par contre, nous pouvons aussi désirer prescrire des comportements qui contribuent à améliorer le bien-être de l'individu ou de la société, ou encore à augmenter la rentabilité de la firme. Nous adoptons alors une approche normative. En économie managériale, nous faisons appel aux deux approches. En effet, nous voulons à la fois être

capables de prédire des comportements, par exemple, des décisions relatives au prix ou à la différenciation de produits des concurrents, et prescrire des comportements particuliers à une firme, par exemple, une modification dans la quantité du produit offert ou la mise en place de nouveaux équipements.

1.3. NOTIONS DE MARCHÉ ET DE FIRME

Au cours des sections précédentes, nous avons fait référence à plusieurs reprises aux notions de firme et de marché. Nos intuitions nous ont permis de suivre la discussion sans nous pencher davantage sur la portée de ces termes. Afin de poursuivre notre réflexion, il convient d'apporter maintenant quelques précisions.

1.3.1. La firme, l'entreprise

Au cours des chapitres, plusieurs sens sont attribués aux termes firme et entreprise, termes que nous employons indifféremment. Dans certains cas, il s'agit d'une entité qui n'est rien d'autre qu'une pure construction, une vue de l'esprit : la firme, ou l'entreprise, est alors une entité dépourvue de structures internes qui, désirant maximiser ses profits, fait appel à des intrants pour produire et vendre un bien ou un service.

Par contre, dans certains chapitres, nous faisons référence aux firmes contemporaines qui ont des structures internes et financières bien précises. Les questions de taille et d'objectifs poursuivis par les dirigeants, qui ne sont pas nécessairement les propriétaires, sont alors abordées. Il faut être bien conscient que la définition que nous donnons au terme firme dépend du problème à l'étude. Ainsi, dans un très grand nombre de chapitres nous faisons appel à une firme dont l'objectif est la maximisation de profits, alors qu'ailleurs nous considérons des objectifs de vente, de croissance ou de part de marché. En général, le dirigeant de la firme est une entité tout à fait abstraite qui réagit comme une simple machine à calcul. Toutefois, il arrive aussi que nous le considérons comme un être humain avec ses caractéristiques et ses objectifs propres.