

Guéliffo Hountondji

Comprendre la microéconomie

Presses universitaires de Grenoble

Propos liminaire

L'importance de la Microéconomie dans la formation des économistes tient au fait que cette matière représente un *common knowledge*. C'est en quelque sorte le langage commun des économistes. Mais qu'entend-on par Microéconomie ? Formellement, les définitions que l'on peut en donner sont très diverses et surtout très nombreuses. Par commodité et pour les besoins de cet exposé, nous dirons que la microéconomie se préoccupe des choix faits de manière décentralisée par des agents rationnels et des conséquences économiques de ces choix. C'est une définition qui en vaut bien d'autres, sauf qu'elle permettra d'attirer l'attention sur ce qui est au cœur du présent ouvrage : le concept d'équilibre.

Même quand la présentation choisie n'est pas – comme ici – très formalisée, la microéconomie est conçue sur le mode axiomatique. C'est fondamentalement une axiomatique des choix faits par des agents, dans un univers qui est lui-même conceptuellement construit. La microéconomie ne décrit donc pas, empiriquement, le fonctionnement de l'économie. Elle fournit, sous la forme de modèles théoriques, des grilles d'analyse des marchés concrets. Mais comment peut-on concevoir une économie dans laquelle le concept d'équilibre joue un rôle central ?

Supposons une économie constituée d'un grand nombre d'agents et de biens. Les préférences des agents, relatives aux biens, se traduisent par des offres ou des demandes sur les marchés. Les objectifs de ces agents, lorsque leurs choix se font de manière décentralisée (indépendamment les uns des autres) ne peuvent être atteints qu'au moyen des transactions qui se déroulent sur les marchés et il y a autant de marchés que de biens. La réalisation de ces objectifs n'est déjà pas évidente. Un problème, plus difficile encore sans doute, est celui de la compatibilité des choix individuels effectués indépendamment les uns des autres. Ce qui assure en théorie la compatibilité de ces choix, c'est le concept d'équilibre. À l'équilibre, on n'observe sur les marchés ni offre ni demande excédentaires.

Cela étant, il y a pour aller vite deux manières d'aborder l'analyse en termes d'équilibre : l'équilibre général et l'équilibre partiel. Lorsque l'on s'intéresse à la réalisation de l'équilibre simultanément sur tous les marchés, on adopte une démarche d'équilibre général. Mais quand on veut décrire ou comprendre les conditions de production et d'échange d'un seul bien, on se situe dans le cadre de l'équilibre partiel.

En analyse d'équilibre général, ce qui se passe sur un marché particulier dépend de ce qui se passe sur tous les autres. La quantité, offerte ou demandée d'un bien par un agent, dépend en effet des prix de tous les autres biens. Il en est de même pour l'offre globale et la demande de marché. L'égalité entre offre et demande, c'est-à-dire l'équilibre, n'est réalisable que sur tous les marchés, simultanément. Tant qu'un marché n'est pas soldé, les transactions continuent partout. Le système de prix qui permet de vider (soldier) simultanément tous les marchés est appelé prix d'équilibre général. Les équilibres généraux les plus connus sont les modèles d'équilibre général walrasiens. Nous consacrerons à la microéconomie de l'équilibre général la première partie de cet ouvrage, c'est-à-dire les chapitres I à IV.

Lorsqu'on se situe sur le marché d'un bien particulier, il faut considérer en équilibre partiel que ce qui se passe dans le reste de l'économie n'a aucune influence sur les conditions de production et d'échange de ce bien, ou que si cette influence existe, elle est négligeable. Il s'ensuit que sur le marché d'un bien particulier – (j) par exemple – la demande formulée par un agent (i) dépendra de son revenu et du prix du seul bien (j). Son offre de bien (j) n'est fonction que du prix de (j). Il en est de même par voie de conséquence pour l'offre et la demande globales. Sont déterminés à l'équilibre du marché, le prix du seul bien (j) et la quantité échangée de ce bien à ce prix. C'est un couple de grandeurs qui caractérisent l'équilibre partiel, c'est-à-dire la situation où sur ce marché d'industrie particulier – celui du bien (j) – l'offre globale et la demande globale sont égales. Ces propositions simples qui rappellent la théorie symétrique des prix se fondent pourtant sur des bases théoriques rigoureuses, celles de la concurrence pure et parfaite que nous exposerons brièvement au début de la seconde partie de l'ouvrage consacrée à l'analyse d'équilibre partiel et qui comprend les chapitres V à VIII.

Le contenu de l'ouvrage est tiré pour l'essentiel d'un enseignement dispensé en licence, dans le cadre d'un cours de microéconomie, d'abord à l'université de Nice-Sophia-Antipolis puis à l'université Pierre-Mendès-France et qui s'adressait à des auditoires manifestement intéressés par la matière mais très rapidement découragés par la place qu'y occupe la formalisation mathématique. L'ambition est avant tout de coller à ce profil particulier d'étudiants, qui est de plus en plus largement représenté dans les effectifs de premier cycle. Le choix a été de recentrer cet équivalent d'un premier cours de microéconomie sur les connaissances de base, sur les « fondamentaux » que sont les structures de marchés, la détermination des grandeurs d'équilibre, l'optimalité, [...] sachant que les questions relevant de la « Nouvelle Microéconomie » (incertitude, jeux, etc.) pourraient être reportées sur un cours ultérieur de microéconomie approfondie.

Lorsqu'un tel cours ne figure pas dans un cursus de licence, le problème qui se pose est celui du traitement efficace des fondamentaux, ce qui signifie la fourniture aux étudiants d'un bloc de connaissances suffisant pour aborder les matières traitées par la suite comme des prolongements de la Microéconomie : l'Économie industrielle et l'Économie internationale notamment. C'est la raison pour laquelle nous avons réservé une place importante à la Pareto-optimalité et à la concurrence imparfaite.

Le manuel repose sur trois options méthodologiques :

- renoncer à l'exhaustivité pour focaliser la réflexion sur quelques questions centrales de l'analyse microéconomique ;
- traiter toute l'axiomatique des choix sur un mode quasi intuitif. Le pari est celui de conserver la précision des concepts tout en limitant sévèrement la formalisation ;
- recourir, autant que possible, à l'outil graphique plutôt qu'aux lourdes démonstrations mathématiques des résultats analytiques.

Les quatre premiers chapitres traitent dans l'ordre des calculs du consommateur et du producteur, des théories de l'équilibre général et de l'*optimum* économique. Les quatre derniers sont consacrés à l'approche marshallienne de l'équilibre partiel et aux principales figures de marchés de concurrence imparfaite à savoir le monopole, le monopole discriminant et les oligopoles les plus courants.

savon ou un assouplisseur, les consommateurs n'étant réellement demandeurs que du spectacle dans le premier cas, de lessive dans le second.

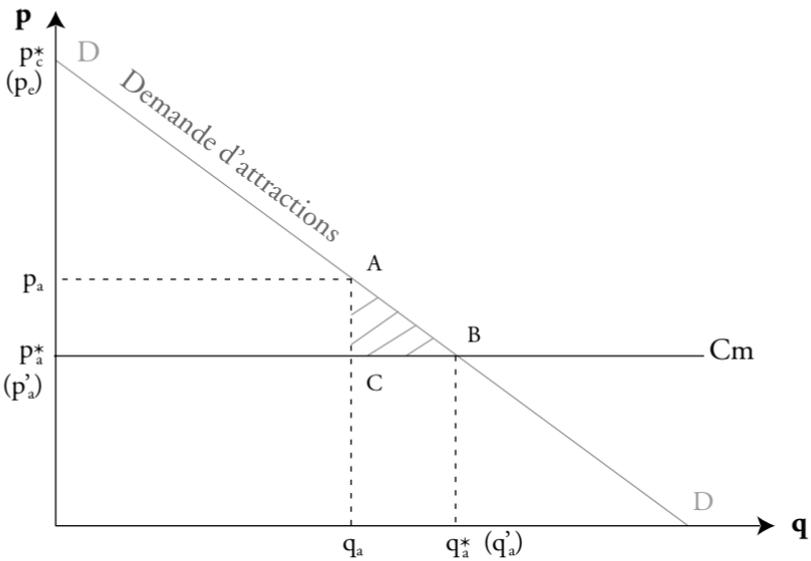
Le tarif en deux parties

Quand elle choisit la politique dite du tarif en deux parties, l'entreprise fait payer à chaque consommateur, pour l'achat ou l'usage du bien (ou service) qu'elle offre, un prix qui est décomposable en deux éléments, deux parties : une somme fixée de manière forfaitaire, indépendante des quantités achetées (ou utilisées) d'une part, une somme variable, fonction de ces quantités d'autre part. Il existe de nombreux exemples de *two part tariffs*. Nous pouvons penser à une facture classique de téléphone (fixe) établie à partir de deux composantes : d'abord un abonnement dont le montant est fixé indépendamment du nombre d'appels passés (forfait), puis la consommation calculée comme produit du nombre d'unités dépensées par le prix unitaire des dites unités. Un autre exemple est fourni par les ateliers de reprographie qui affichent un prix unitaire (fixe) de la photocopie, mais appliquent un tarif dégressif au-delà de la centième copie. On assimile aussi couramment au tarif en deux parties, le problème classique de fixation des prix par les parcs d'attraction, problème connu depuis les travaux de Walter Oi sous le nom de « dilemme de Disneyland ».

Les gestionnaires de ces installations ont, comme chacun sait, la faculté de fixer deux prix : l'un pour l'entrée au parc d'attraction, l'autre pour l'accès aux attractions. Le problème est de savoir à quels niveaux fixer ces prix pour maximiser les profits, sachant que les deux demandes – pour l'accès au parc et pour les attractions – ne sont pas indépendantes l'une de l'autre. Il semble en effet évident que les visiteurs établissent un lien entre le prix d'entrée et celui des attractions. Si nous voulons résoudre ce problème en termes de tarification en deux parties, il nous faudra poser quelques hypothèses simplificatrices. Nous admettons que les visiteurs ne se rendent au parc d'attractions que pour les attractions vis-à-vis desquelles ils ont les mêmes préférences. En clair, l'entrée n'est pas gratuite pour les visiteurs qui se contenteraient de regarder, qui ne « consommeraient » aucune attraction. Nous supposerons que le parc considéré n'offre qu'un seul type d'attraction

dont le prix, en raison de sa position de monopole, est une fonction décroissante des quantités demandées. Cette proposition est équivalente à celle consistant à dire que le parc offre un grand nombre d'attractions du même type (au même prix) et que les quantités d'attractions demandées sont une fonction décroissante de leur prix. Le coût marginal supporté par la firme au titre de la fourniture de ces attractions est constant par hypothèse (graphique 59). La question de la détermination des prix optimaux ne sera examinée que du seul point de vue du parc d'attractions. Les visiteurs utiliseront peu les attractions s'ils considèrent le prix fixé par les gestionnaires comme trop élevé. Comme ces attractions représentent la seule cause de leur présence dans le parc, il est exclu que les recettes générées par la vente de tickets d'entrée compensent la faiblesse de la demande d'attractions.

Graphique 59. Le dilemme de Disneyland ; prix d'entrée et prix des attractions



Partons d'un prix unitaire quelconque p_a des attractions. À ce prix, les visiteurs demandent la quantité q_a d'attractions et le parc réalise un

profit unitaire minimum AC , soit une masse de profits (sur les attractions) mesurée par $\pi_a = q_a(p_a - Cm)$ ou si l'on préfère, par l'aire du rectangle $p_aACP'_a$. Il convient de ne pas oublier que le profit unitaire est la différence entre le prix et le coût unitaire moyen, ce dernier étant en général inférieur au coût marginal de production quand les rendements sont décroissants. Si on le calcule sur la base du coût moyen de production, le profit unitaire serait donc plus important que celui que nous avons retenu. Deux observations s'imposent. D'abord, la propension totale des visiteurs à payer pour q_a attractions est mesurée par l'aire du triangle p_eAp_a . C'est le surplus des consommateurs. Ensuite, au prix p_a , la quantité $q_aq'_a$ représente une demande solvable – prête à payer le prix unitaire p'_a – non satisfaite, une offre potentielle qui n'aurait généré aucune perte pour Disneyland. L'aire du triangle ABC mesure le profit potentiel que le parc ne réalise pas en raison de l'insuffisance de son offre d'attractions. L'offre efficace d'attractions est celle qui permet de capter ce profit potentiel : c'est $q'_a = q_a^*$ pour laquelle le prix unitaire p_a^* est égal au coût marginal des attractions. Ce prix maximise à la fois le surplus des consommateurs d'attractions et celui de la firme qui les offre. Pour Disneyland, discriminer correctement, c'est transformer tout le surplus des consommateurs en profits. Ce résultat est atteint quand le prix des attractions p_a^* est fixé au niveau de leur coût marginal, le prix d'entrée au parc d'attraction étant $p_e^* = p_e$.

La discrimination du troisième degré : définition

C'est le type le plus courant de discrimination en termes de prix, du moins en analyse économique. Le monopoleur qui la pratique affiche des prix différents selon les clientèles, mais un même acheteur se voit proposer toutes les unités du bien qu'il acquiert à un prix identique. Les exemples empiriques de discrimination du troisième degré sont très répandus. De cette forme de discrimination relèvent les tarifs réduits dont bénéficient les étudiants ou les personnes âgées dans les transports en commun, les cinémas, et d'autres lieux. En fait, les clients qui s'adressent au monopoleur pratiquant cette forme de discrimination sont séparables analytiquement. Chaque groupe de clients est caractérisé par une fonction de demande et tous les acheteurs du même groupe se voient proposer le bien au même prix. Un bien homogène