

## **Faut-il distinguer l'entreprise du marché ?** **Khôlle semaine du 6 mars 2018**

Il s'agit d'un sujet dont la problématique est essentiellement théorique.

Jusqu'aux années 1970, l'entreprise n'est pas un objet d'étude de la science économique et elle le devient lorsque les économistes « redécouvrent » *The nature of the firm* un article de Coase datant de 1937.

Dans l'approche microéconomique néoclassique dominante, l'entreprise se résume à être une technique de production : elle utilise des « inputs » (travail et capital) pour produire des « outputs » : des biens ou services. Plus sa technique de production sera développée, plus l'output sera élevé pour un niveau donné de facteurs de production.

L'entrepreneur, lui, fait l'objet de nombreux travaux d'économistes mais pas l'entreprise.

A partir des années 1970/1980, les économistes ouvrent « la boîte noire » de l'entreprise pour savoir ce qui s'y passe. La question qu'ils se posent est alors de savoir si la coordination des membres de l'entreprise est de même nature que la coordination des agents sur les marchés.

Deux types de réponses opposées émergent : certains économistes considèrent que l'entreprise est un lieu de coordination spécifique, qui se distingue du marché ; d'autres, au contraire, considèrent que la nature des relations sur le marché est la même que dans l'entreprise.

### **1. L'entreprise, une modalité d'allocation des ressources alternative au marché**

#### **1.1 La présence de coûts de transaction justifie l'existence de la firme**

L'article séminal de R.Coase publié en 1937 cherche à expliquer pourquoi, alors que les économistes s'accordent à dire depuis Smith que le marché est porté par une main invisible (et donc qu'il aboutit à la meilleure allocation des ressources possibles), les individus choisissent de créer des entreprises dans lesquelles les relations sont figées par des contrats de long terme qui, une fois signés réduisent leur liberté d'agir. Par exemple, un actif, une fois qu'il signe un contrat de travail se retrouve dans une situation de subordination avec son employeur (qui limite forcément son niveau de liberté). A chaque fois que l'employeur lui confie une tâche, employeur et salarié ne renégocient pas le contrat de travail. Cette situation est différente de celle d'un indépendant, par exemple un avocat, qui doit à chaque fois qu'un nouveau client se présente, négocier les conditions (notamment tarifaires) du service fournit à ce client. L'entreprise est donc une organisation hiérarchique : l'autorité est verticale, elle descend du haut vers le bas de l'organisation. Quels problèmes posent la coordination par le marché, et pourquoi préférer la hiérarchie au marché ?

La réponse de R.Coase est simple : il existe des coûts à passer par le marché, que l'on appelle les coûts de transaction. Ces coûts de transaction sont variés. Il peut s'agir de coûts de recherche d'information (quels sont les prix de tel ou tel fournisseurs ... ?), de coût de contrôle d'exécution du contrat (est-ce que mon jardinier fait bien son travail, ... ?). Le renouvellement fréquent des relations commerciales a lui-même un coût puisque les coûts de transaction sont cesse présents. La présence de ces coûts illustrent l'absence d'un commissaire priseur qui récoltent les informations de marché et fait émerger un prix d'équilibre sans que cela n'entraîne de coût ni pour les demandeurs, ni pour les offreurs. A côté de ces exemples de coûts directs, il existe aussi des coûts indirects ; par exemple, la diversité des unités de mesure entraîne des coûts de conversion.

Plus les coûts de transaction sont élevés, plus ils pénalisent l'usage du marché. Dans une économie complexe où les biens/services produits nécessitent de nombreuses étapes de fabrication, R.Coase considère que la forme organisationnelle hiérarchique peut être préférée au marché afin de faire disparaître ces coûts de transaction. Il suffit alors de remplacer les contrats de marché par des contrats plus stables dans le cadre d'une structure hiérarchique. En transformant la relation de travail d'une relation commerciale en relation salariale, il n'est plus utile de renégocier au jour le jour le travail des exécutants ouvriers. R.Coase écrit en 1937 « *Dans*

*le monde réel, il (le salarié) ne le fait pas en raison d'un changement des prix relatifs, mais parce qu'on lui a ordonné de le faire ».*

Mais la hiérarchie elle aussi génère des coûts : contrôle des salariés, organisation ... qui sont croissants avec la taille de l'entreprise. La taille optimale de la firme correspond donc à la situation où le coût marginal de l'organisation est égal au coût marginal d'utilisation du marché. Au-delà, il est plus intéressant de faire appel au marché que d'augmenter la taille de la firme.

## **1.2 Actifs spécifiques et comportements opportunistes justifient l'existence de la firme**

Près de 70 ans plus tard, à la fin du 20<sup>ième</sup> siècle, Williamson prolonge et dépasse les travaux de R.Coase en enrichissant ce que l'on appelle la théorie des coûts de transaction.

Sa problématique consiste à expliquer pourquoi les entreprises choisissent de « faire » plutôt que « faire faire » en passant par le marché, ce qui est résumé en anglais par « make or buy ».

Il s'appuie sur deux nouvelles notions que l'on ne retrouve pas chez Coase : les asymétries d'information et les actifs spécifiques.

Une asymétrie d'information est caractérisée par une situation où dans l'échange entre deux agents, l'un possède plus d'information que l'autre. Cela peut conduire à des comportements opportunistes. Par exemple, si un cabinet d'avocats intervient pour le compte d'une entreprise, cette dernière n'est pas en mesure d'évaluer précisément la qualité du travail effectué par le cabinet d'avocats. La question est alors d'expliquer pourquoi l'entreprise aurait intérêt à internaliser des activités qui s'accompagnent d'asymétries d'information importantes.

La réponse de Williamson s'appuie alors sur deux autres concepts : la présence d'un actif spécifique et la fréquence des activités.

Si l'entreprise fait appel très régulièrement à un cabinet d'avocats pour des dossiers peu complexes, elle va négocier un tarif commercial intéressant et surtout ne craint pas l'opportunisme du cabinet d'avocat. Parce qu'elle fait souvent appel au cabinet et qu'elle mesure facilement la qualité du travail effectué, l'entreprise sait que le risque d'opportunisme est peu élevé. Elle va donc choisir de maintenir des relations commerciales plutôt que d'exécuter cette tâche et l'internaliser. Elle choisit de « faire faire » plutôt que faire.

Si l'entreprise fait appel peu fréquemment à un cabinet pour des dossiers beaucoup plus complexes, qui touchent par exemple ses brevets, ses droits de la propriété intellectuelle, sa stratégie sera différente. En faisant appel à un cabinet dont elle mesure mal la qualité du travail, l'entreprise peut craindre que celui-ci s'occupe mal de son capital immatériel qui est en fait sa spécificité. Les brevets sont un exemple de capital spécifique : plus un savoir faire est propre à une entreprise, plus il sera difficile de le réutiliser ailleurs (dans une autre entreprise). Dans ce cas, l'entreprise peut avoir intérêt à internaliser l'activité juridique plutôt que de craindre qu'un cabinet d'avocat fasse mal son travail concernant l'actif spécifique qui lui apporte sa compétitivité.

Si une entreprise a besoin de développer un produit qui nécessite des pièces de haute technologie, elle peut choisir de faire faire ces pièces par un sous-traitant avec le risque de ne pouvoir intervenir souvent sur la chaîne de production et de récupérer des pièces dont la qualité est inférieure à ces attentes. Dans ce cas, elle peut aussi décider d'internaliser l'activité.

Pour Williamson, c'est donc la combinaison degré de spécificité de l'actif mis en jeu + risque de comportement opportuniste qui conduit l'entreprise à « faire ou faire-faire ».

Williamson montre également qu'il existe tout un continuum de situations entre l'internalisation et le marché. Par exemple, les concessionnaires voitures ont des obligations en termes de marques des véhicules vendues : un fabricant de voiture ne veut pas confier les ventes à des vendeurs multimarques, il peut donc négocier des contreparties pour obtenir l'exclusivité des revendeurs. Ces revendeurs sont donc indépendants de l'entreprise mais la relation commerciale qui les relie au fabricant contient de nombreuses particularités. Pour les commerces en franchise, il existe un contrat particulier entre le franchiseur qui détient les droits d'une franchise (la marque notamment) et les magasins franchisés qui vendent cette marque. Les franchiseurs définissent une série d'obligations que doivent respecter les franchisés (forme du mobilier, organisation du travail ...) et ces derniers obtiennent des prix sur le matériel acheté auprès des maison-mères.

Reste à déterminer pourquoi les coûts de transaction disparaissent dans l'entreprise. Bien évidemment, les coûts de négociation et de découverte des prix de contrat disparaissent lorsque l'on ne passe plus par le marché. Quand est-il des problèmes posés par les asymétries d'information ? Dans l'approche de Williamson, l'entreprise s'appuie sur des relations hiérarchiques qui imposent un contrôle faisant disparaître les comportements opportunistes liés aux asymétries d'information.

En résumé, les coûts de transaction, les asymétries d'information et la nature des actifs mis en jeu par l'entreprise dans les relations commerciales expliquent pourquoi certaines activités sont retirées du marché et internalisées dans une organisation hiérarchique, l'entreprise.

## **2. L'entreprise et le marché : deux modalités identiques de coordination des agents économiques**

### **2.1 L'entreprise est un « nœud de contrats »**

D'autres économistes considèrent pourtant que la firme et l'entreprise ne relèvent absolument pas de mécanismes de coordination des agents différents.

Au point de départ de ce raisonnement on trouve Alchian et Demsetz qui écrivent en 1972 « *les contrats de long terme entre un employeur et un employé ne sont pas l'essence de l'organisation que nous nommons firme* ». Ils contestent l'idée selon laquelle la nature des relations entre les membres de l'entreprise fasse disparaître les problèmes d'asymétrie d'information et de contrôle de l'exécution des tâches. L'organisation hiérarchique n'a pas le pouvoir de faire disparaître les problèmes de division de tâches rencontrés sur le marché : le fait que des salariés soit en contrat de travail n'élimine pas les risques d'opportunismes rencontrés dans les relations commerciales. D'ailleurs, le contrat de travail - qui inscrit juridiquement la relation employeurs / employés dans le temps - peut être à tout moment rompu par les deux parties (surtout dans les pays anglo-saxons). Alchian et Demsetz utilisent la métaphore de l'épicier pour illustrer cette absence de différence entre contrat commercial et contrat de travail, car de la même manière qu'un consommateur peut rompre à tout instant une relation avec son épicier, l'employeur peut aussi licencier son employé. L'entreprise est donc une « fiction légale » : fiction, parce que les relations entre agents sont les mêmes que sur le marché ; légale, parce que l'entreprise existe bien en tant qu'entité juridique.

Les relations contractuelles dans l'entreprise n'ont donc aucune différence de nature avec celles que l'on peut nouer sur le marché. On dit alors que l'entreprise est un « nœud de contrats ». Pour Jensen et Meckling « *Il est peu sensé, voire dénué de sens, de tenter de distinguer les choses qui sont à l'intérieur de la firme (ou de toute autre organisation) des choses qui sont en dehors de celle-ci* ».

### **2.2 Définir des contrats capables de réduire les asymétries d'information dans la firme**

On retrouve deux grandes relations asymétriques dans l'entreprise et la théorie de l'agence permet d'expliquer comment cette asymétrie est dénouée.

La première est celle des salariés et des dirigeants. On sait en effet qu'en raison des asymétries d'information, les dirigeants ne sont pas en mesure de mesurer parfaitement l'implication individuelle des salariés. Ils sont donc obligés de trouver des mécanismes incitatifs pour réduire les comportements opportunistes des salariés. Cela peut passer par des salaires plus élevés que chez les concurrents ou par un lissage des salaires entre périodes de croissance et de récession.

La seconde est celle des actionnaires et des dirigeants. Dans une relation hiérarchique, on comprend facilement que les salariés dirigeants « dirigent » les salariés exécutants mais pourquoi les actionnaires devraient-ils « diriger » les salariés dirigeants (les PDG) ? La réponse est donnée par l'application de la théorie de l'agence (Jensen & Meckling (1976)) au problème des asymétries d'information dans l'entreprise.

Dans la structure qu'est l'entreprise, il faut donc que chaque niveau contrôle le niveau immédiatement inférieur, mais qui va contrôler le niveau supérieur ? Qui va contrôler le PDG, celui qui contrôle les autres ? La réponse donnée par la théorie de l'agence est celle du créancier résiduel : ce qui ont le pouvoir de contrôle ultime sont ceux qui perçoivent le reliquat du chiffre d'affaires. Les actionnaires perçoivent une part des résultats de l'entreprise une fois les salaires, les fournisseurs payés et les investissements réalisés. Ils ont donc intérêt à ce que les dirigeants maximisent les profits de l'entreprise et minimise les autres dépenses, c'est-à-dire toutes celles qui ne permettent pas au profit d'augmenter dans le temps.

Les actionnaires sont dans l'entreprise (quand elle prend la forme juridique d'une société anonyme) ceux qui ne peuvent berner personne, ils subissent l'asymétrie d'information des dirigeants mais ne peuvent avoir de comportements opportunistes vis-à-vis d'autres personnes. C'est donc à eux que revient de contrôler celui qui contrôle les autres salariés. Pour que le PDG agisse dans l'intérêt des actionnaires, il faut donc associer sa rémunération à celle des actionnaires et lui donner droit à une partie des actions de l'entreprise. Le PDG sera alors incité à maximiser la valeur des actions et des dividendes, ce qui revient en fait à maximiser la situation des actionnaires.