

Pistes de correction : Faut-il distinguer l'entreprise du marché ?

Introduction

Il est fondamental dans un tel sujet d'aborder la firme et le marché à travers le concept de **mode de coordination**.

Le **marché** correspond à une coordination des décisions individuelles par les prix qui génèrent des incitations.

La **firme** correspond à une coordination des décisions individuelles par l'autorité, par la hiérarchie.

Problématique : La coordination des décisions des agents au sein d'une entreprise est-elle du même type que la coordination des décisions par le marché ?

Plan proposé

1 – La firme comme mode de coordination des décisions alternatif au marché

A – L'existence de la firme se justifie par des coûts de transaction

- L'existence de la firme est une énigme pour les économistes classiques et néoclassiques puisque le marché est le mode de coordination des décisions qui permet l'allocation optimale des ressources.
- Pour Ronald Coase, si la firme existe c'est parce que le recours au marché implique des coûts de transaction (coûts de recherche d'information, coûts d'élaboration des contrats, coûts de renégociation/renouvellement des contrats, coûts de contrôle de la bonne exécution des contrats, etc.).
- Il peut alors être préférable de recourir à la firme, c'est-à-dire à la coordination par la hiérarchie, parce que cette dernière permet d'éviter les coûts de transaction énumérés ci-dessus. En effet, la firme est une organisation hiérarchique dans laquelle sont signés des contrats de travail qui sont des contrats de long terme qui subordonne les salariés à l'autorité des employeurs : il n'est alors plus nécessaire de renégocier au jour le jour les contrats des salariés, ce qui fait disparaître les coûts de transaction associés.
- Toutefois, la coordination par la hiérarchie génère elle aussi des coûts qu'on dénomme coûts d'organisation et ils croissent avec la taille de la firme. La firme choisira d'internaliser des activités tant que le coût marginal d'organisation est inférieur ou égal à au coût marginal de transaction. Au-delà, il est préférable de recourir au marché.

B – L'existence de comportements opportunistes incite à préférer la firme au marché

- Prolongement des travaux de R. Coase par O. Williamson qui introduit dans l'analyse des coûts de transaction l'incertitude, la rationalité limitée, l'opportunisme des agents, les asymétries d'information
- La rationalité limitée et l'incertitude débouche sur des contrats incomplets, c'est-à-dire des contrats qui ne précisent pas les comportements attendus de la part des parties dans les situations qui n'ont pas été prévues. Les parties peuvent alors faire preuve d'opportunisme, c'est-à-dire utiliser les marges de liberté que leur laisse le contrat pour augmenter leur utilité au détriment d'autrui. Vous pouvez ici illustrer avec la relation marchande entre le fabricant Fisher-Body et le constructeur General Motors dans les années 1910-1920. Dans ces conditions, le recours au marché génère des coûts de transaction parce qu'il faut d'une part passer beaucoup de temps et mobiliser

des spécialistes pour rédiger les contrats et, d'autre part, mettre en œuvre des procédures de contrôle.

- Selon Williamson, les coûts de transaction sont d'autant plus forts que :
 - les actifs qui sont en jeu dans le contrat sont des actifs spécifiques, c'est-à-dire des actifs qu'il n'est pas possible de redéployer sans coût vers d'autres usages. La présence d'actif spécifique place les contractants dans une situation de lock-in dans laquelle l'une des parties pourra exploiter de manière opportuniste la relation de dépendance. Reprenez l'exemple FB-GM.
 - les transactions sont fréquentes parce que cela multiplie les occasions d'être opportuniste.
- Williamson montre qu'il existe un continuum de formes organisationnelles entre la firme et le marché : des formes hybrides comme les franchises, la sous-traitance, les licences, la coopération, etc. La firme choisit la forme de coordination qui minimise les coûts en fonction du degré de spécificité des actifs, de l'intensité des asymétries d'information et de la fréquence des transactions.
- Si la firme permet d'éviter les coûts de transaction que génère le marché, c'est parce que le principe hiérarchique permet à la direction de l'entreprise de prendre les décisions en cas d'événements non prévus par les contrats. La subordination des salariés à l'employeur réduit leurs marges de liberté et donc les risques liés à l'opportunisme.

2 – La firme et le marché ne s'oppose pas : ce sont deux modes identiques de coordination des décisions

A – La firme est un nœud de contrats marchand

- Pour Alchian et Demsetz, auteurs de la théorie des droits de propriété, la coordination des décisions au sein de la firme n'est pas d'une nature différente de celle qui est réalisée sur le marché. Le principe hiérarchique au sein de l'entreprise ne fait en effet pas disparaître l'opportunisme que l'on peut rencontrer dans les relations marchandes. Ils basent leur argumentation sur le travail en équipe au sein de l'entreprise en insistant sur le fait que les salariés exploitent de manière opportuniste les asymétries d'information pour tirer au flanc. Le contrat de travail ne se distingue donc pas fondamentalement du contrat marchand. Comme sur le marché, il faut générer les bonnes incitations pour qu'une personne assure l'efficacité du travail en équipe, et pour mener à bien cette mission il faut que cet individu soit créancier résiduel, c'est-à-dire propriétaire du capital social de l'entreprise.
- Les relations contractuelles entre les propriétaires du capital et les salariés sont donc de même nature que les relations avec les fournisseurs, les clients ou les créanciers. La firme est donc conçue comme une « fiction légale », « fiction » parce que les relations au sein de la firme sont de la même nature que celles sur le marché, « légale » parce que la firme existe bien en tant qu'entité juridique. La firme doit donc être pensée comme un nœud de contrats marchands et dans ces conditions la question des frontières de la firme ne se pose plus. Pour Jensen et Meckling, « *il est peu sensé, voir dénué de sens, de tenter de distinguer les choses qui sont à l'intérieur de la firme des choses qui sont en dehors de celle-ci* ».

B – La firme comme ensemble de règles contractuelles pour minimiser les coûts d’agence

- Considérer la firme comme un nœud de contrats marchands suppose que la hiérarchie ne permet pas d’éradiquer l’opportunisme permis par les asymétries d’informations. La firme peut dès lors être analysée comme un ensemble de règles contractuelles pour générer de bonnes incitations et éviter de la sorte toute forme d’opportunisme.
- Toutes les relations contractuelles sont des relations d’agence dans lesquelles un principal engage un agent pour agir en son nom et lui délègue donc du pouvoir. Étant émaillée d’asymétrie d’information, chaque relation d’agence génère des problèmes d’aléa moral ou de sélection adverse qu’il faut limiter par des institutions adaptées. La mise en place de ces institutions engendre des coûts qui sont qualifiés de coûts d’agence. Ces coûts se répartissent entre i. coûts de surveillance et d’incitation, ii. coûts d’obligation et iii. perte résiduelle (écart entre la performance qu’aurait réalisé le principal et celle que réalise l’agent).
- Dans sa relation avec un client (principal), la firme (qui est ici l’agent) doit supporter des coûts d’obligation, c’est-à-dire des dépenses pour pouvoir garantir qu’elle ne mettra pas en œuvre certaines actions pouvant léser le client : ce peut être une garantie, la souscription à un label (AB par exemple), un remboursement de la différence de prix si le client trouve moins cher ailleurs, etc.
- Les managers (principal) peuvent mettre en œuvre des règles salariales pour éviter l’opportunisme des salariés collaborateurs. Ils peuvent par exemple proposer un salaire d’efficience (c’est-à-dire un salaire supérieur au salaire pratiqué sur le marché) pour les désinciter à tirer au flanc.
- Enfin, clé de voute de la firme conçue comme nœud de contrats marchands, la relation entre les dirigeants (agent) et les actionnaires (principal) est encadrée par le conseil d’administration (CA). Représentant les intérêts des actionnaires, le CA est chargé de recruter le directeur général (diminution du risque de sélection adverse) et de surveiller son action (diminution de l’aléa moral). Le conseil d’administration détermine également le mode de rémunération du directeur général en lui attribuant des stock-option (rémunération sous forme d’actions de la firme). Une telle rémunération réduit les risques d’opportunisme du directeur général en alignant ses intérêts sur ceux des actionnaires (qui rappelons le sont les créanciers résiduels, c’est-à-dire les seuls agents n’ayant aucun intérêt, aucune incitation à être opportuniste puisque ce serait vis-à-vis d’eux-mêmes), et par ricochet de toute la ligne hiérarchique jusqu’aux exécutants dans l’entreprise.
- La firme, en tant que fiction légale, permet de minimiser les coûts d’agence d’une part en déterminant les règles générant les meilleures incitations, et d’autre part en permettant de diminuer le nombre de relations contractuelles et les coûts d’agence qui y sont associés.