

JOURNAL DE LA SOCIÉTÉ STATISTIQUE DE PARIS

YVES-GUYOT

La valeur et les prix

Journal de la société statistique de Paris, tome 65 (1924), p. 146-150

http://www.numdam.org/item?id=JSFS_1924__65__146_0

© Société de statistique de Paris, 1924, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « Journal de la société statistique de Paris » (<http://publications-sfds.math.cnrs.fr/index.php/J-SFdS>) implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/legal.php>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

Article numérisé dans le cadre du programme
Numérisation de documents anciens mathématiques
<http://www.numdam.org/>

III

LA VALEUR ET LES PRIX

I — LA VALEUR ET LE PRIX

Je dois commencer par quelques définitions.

L'évolution de l'humanité est caractérisée par l'augmentation de la division du travail.

Un Français du dix-neuvième siècle a besoin de souliers, de vêtements, de vin, de viande, de café, de sucre, de poisson, de légumes, de musique, de nouvelles, de sécurité, etc...

Ses besoins sont plus variés que ses aptitudes. Il peut difficilement faire en même temps des souliers, des vêtements, du vin, du pain, de la viande, du café, du sucre, etc. Le pays qu'il habite n'est pas apte à ces productions diverses. Il faut un outillage, terre, métiers, force motrice, etc., qu'il n'a pas à sa disposition et plus la civilisation se développe, plus les besoins de l'homme sont variés, tandis que ses aptitudes ont une tendance à se spécialiser.

Il ne peut y donner satisfaction que par l'échange avec d'autres individus. Nul individu ne peut se suffire à lui-même, et nul peuple qui a franchi la phase précommerciale ne peut complètement vivre de sa propre production.

Chacun a recours à *l'échange* qui est l'acte par lequel un ou plusieurs individus acquièrent réciproquement des utilités.

Do ut des; facio ut facias; facio ut des

« je donne pour que tu donnes; je fais pour que tu fasses; je fais pour que tu donnes ». La classification romaine est juste. Tout échange est un acte d'acquisition réciproque d'objets ou de services.

Turgot avait remarqué avec raison qu'au moment où *l'échange est conclu, chacun attribue à la chose qu'il acquiert une plus grande valeur qu'à la chose qu'il cède.*

L'échange n'a lieu que lorsque la préférence est exactement réciproque.

Turgot et Condillac affirment que la valeur est antérieure à l'échange. Il y a là une confusion. L'utilité existe antérieurement à l'échange, mais c'est cette utilité qui le provoque et *c'est l'échange qui détermine la valeur.*

Adam Smith, suivant une idée de Locke, avait cru trouver la mesure de la valeur dans le travail, non pas dans le travail qui a contribué au produit à vendre, mais dans le travail que la vente de ce produit met à même le vendeur d'acheter ou de commander. « La valeur d'une denrée quelconque, pour celui qui n'entend pas la consommer soi-même, est égale à la quantité de travail que cette denrée le met en état d'acheter ou de commander. » C'est pourquoi, conclut Adam Smith, le travail est la vraie mesure de la valeur échangeable de toutes les marchandises.

Ricardo adopte le principe d'Adam Smith, mais en retournant sa conception. « C'est la quantité comparative des denrées, dit-il, que le travail peut produire qui détermine leur valeur relative, présente ou passée, et non les quantités comparatives de denrées qu'on donne à l'ouvrier en échange ou en paiement de son travail. »

Les théories de Rodbertus et de Karl Marx dérivent de cette conception.

On peut classer les définitions de la valeur de la manière suivante :

- 1° Confusion entre l'utilité et la valeur, qui oblige à ajouter divers compléments au mot valeur : valeur d'usage et valeur d'échange (Adam Smith);
- 2° La valeur résulte du travail (Ricardo, Rodbertus et Karl Marx);
- 3° Incorporation de la valeur dans les choses, considérées comme des utilités en elles-mêmes (Turgot, Condillac, Rossi, G. de Molinari);
- 4° La valeur est déterminée par l'utilité qui est reconnue, non par son possesseur uniquement, mais par toute autre personne (J.-B. Say);
- 5° La valeur résulte des services humains indépendants du capital objectif (Bastiat).

Les besoins représentent la demande, et si la demande n'existait pas, il n'y aurait pas d'échange. Mais pour qu'il y ait échange, il faut que l'individu qui désire puisse donner des utilités en échange de celles qu'il acquiert. La valeur ne se mesure donc pas seulement à l'intensité de son désir, mais elle dépend du pouvoir d'achat qu'il peut mettre à la disposition de son désir.

La valeur est le rapport de l'utilité possédée par un individu ou un groupe d'individus aux besoins et au pouvoir d'achat d'un ou de plusieurs autres individus.

Le prix est l'expression de ce rapport en monnaie.

II — LE PRIX DE REVIENT ET LE PRIX D'ACHAT

La valeur résulte de l'échange; et en réalité, dans l'échange, il n'y a que des demandeurs, car chacun désire acquérir quelque chose, le marchand de la monnaie, le client une matière première, un produit fabriqué ou un service.

Le producteur n'a fait la série des actes qui aboutissent à la vente de sa marchandise que pour obtenir une quantité de monnaie qui représente une somme supérieure à son prix de revient. Cette somme supérieure, c'est le gain; et toute production a le gain pour objet.

Le prix de revient est l'élément objectif de la valeur que le producteur attribue à son offre.

Mais ce n'est ni le *prix demandé* ni le *prix de revient* qui fixe les cours, c'est le *prix d'achat*.

On entend souvent demander si le prix du marché est réglé par le prix de revient des marchandises produites dans les conditions les plus favorables ou celui des marchandises produites dans les conditions les plus défavorables.

L'acheteur ne s'inquiète pas du prix de revient du blé dans une lande de Bretagne, dans la Beauce ou dans le Dakota. Il ne s'inquiète que d'une chose : y a-t-il abondance ou faiblesse dans l'offre relativement aux besoins de la consommation ? Y a-t-il prévision pour les marchés prochains d'abondance ou de rareté ?

On peut dire que *ce sont les marchandises, produites au moindre prix de revient, qui règlent le taux du marché*, de la manière suivante : leurs détenteurs cherchent à obtenir le plus gros bénéfice. Par conséquent, ils vendent le plus cher possible.

Mais, sous la pression de la concurrence, ils sont disposés à perdre une part de ce bénéfice afin d'augmenter la rapidité et l'étendue de leurs opérations et alors ils abaissent leurs prix jusqu'à la limite où ils sont débarrassés de leurs concurrents et où ils conservent un profit.

Par conséquent, *dans le commerce libre, du côté de l'offre, l'étiage des cours est déterminé par les marchandises dont le prix de revient est le moins onéreux. Turgot avait constaté que le prix de la concurrence est toujours le plus bas, c'est-à-dire celui qui règle le plus grand nombre des échanges* (1).

Une théorie, appelée par Vicksteld « l'utilité marginale » dans *The Alphabet of Economic Science*, paru en 1888, a essayé de déterminer le mouvement des prix à l'aide d'un schéma. Stanley Jevons, Walras s'en étaient occupés auparavant. La plupart des économistes mathématiciens, comme Vilfredo Pareto, l'ont adoptée, ainsi que les professeurs américains, entre autres M. Seligman à qui j'emprunte l'exposé.

Pour un homme qui a faim, la première pomme a plus de valeur que la seconde, la seconde que la troisième, etc., et à la dixième pomme, il arrive à la satiété.

A une certaine limite, l'utilité marginale commence à décliner : l'utilité marginale de huit pommes peut être inférieure à celle de cinq pommes, quoique l'utilité totale soit supérieure.

Il y a toujours dans l'offre une unité qui marque la marge du besoin : on l'appelle l'unité marginale. Elle monte ou elle baisse à chaque changement dans l'offre ou la demande.

Dans une quantité limitée de marchandises, l'utilité de chaque unité est pratiquement égale à celle de l'unité marginale, parce que si quelque utilité était supprimée, l'unité finale la remplacerait.

La valeur d'une marchandise ne se rapporte donc pas à son utilité en général, mais à l'utilité d'une quantité déterminée et elle ne signifie pas l'uti-

(1) Lettre à David Hume.

lité totale de cette quantité, prise en elle-même, mais de son utilité marginale comparée avec une quantité déterminée des autres utilités.

La valeur marginale d'une marchandise ne dépend pas seulement de l'utilité qu'elle représente; mais elle dépend du pouvoir d'achat des personnes qui avaient le désir de l'utilité.

Ce pouvoir d'achat a aussi une unité marginale.

L'individu ou le chef de famille commence par payer un loyer, des vêtements, puis il achète du pain, des légumes, de la viande, du dessert, de la bière, du vin ordinaire, enfin des vins fins, des objets d'art, etc.

Là est la faiblesse de la théorie marginale : un homme se trouve en possession de dix pommes. Il attache plus de valeur à la première qu'à la troisième, à la quatrième, à la cinquième. Par conséquent, il en abaisse le prix : mais en abaissant le prix, il provoque de nouveaux acheteurs qui reculaient devant le prix de la première et de la deuxième pomme : et à la dixième pomme, les acheteurs ont pu devenir si nombreux qu'ils en maintiennent ou en relèvent le prix.

Ce schéma ne s'applique qu'à un marché fermé.

Il n'a pas rencontré l'adhésion de tous les professeurs américains : à Harvard, le professeur Taussig, à Yale, le président Hadley, à Chicago, le professeur Laughlin l'ont vivement critiqué, ainsi qu'un Anglais, M. William W. Cartile, spécialiste des questions monétaires (1).

Les évaluations ont toutes trois bases objectives : le prix de revient pour le vendeur et le pouvoir d'achat de l'acquéreur, la rareté ou l'abondance.

La rareté étant un élément de la valeur, les protectionnistes ne violent pas les lois économiques quand ils veulent augmenter artificiellement la valeur des objets qui les intéressent, en restreignant l'entrée des produits étrangers.

Mais ils aboutissent souvent à un résultat opposé à celui qu'ils se proposaient : au lieu d'augmenter la valeur des produits protégés, ils en réduisent la demande par une augmentation de prix qui diminue le pouvoir d'achat des acheteurs, et, en concentrant les capitaux et l'activité de leurs compatriotes sur les objets protégés, ils provoquent une surproduction qui est destructive de la valeur.

III — LA LOI DES DÉBOUCHÉS

Le débouché d'un produit est en raison de la rareté des identiques et de l'intensité de la demande dont le pouvoir est réglé par la valeur des équivalents.

Ces équivalents, ce sont des produits ou des services. J.-B. Say (1) a formulé la loi des débouchés.

Quand un producteur a terminé un produit, son plus grand désir est de le vendre pour que la valeur de ce produit ne chôme pas entre ses mains, pour qu'il puisse en rembourser le prix de revient et obtenir le gain en vue duquel le produit existe. Il n'est pas moins empressé de se défaire de la monnaie; or il ne peut s'en défaire qu'en achetant un produit quelconque.

(1) Voir *Journal des Economistes*, mai 1910.

Une bonne récolte est favorable aux marchands de tous les autres produits. Ce qui favorise le débit d'une marchandise, c'est le produit d'une autre.

IV — LE JUSTE PRIX

Le *Journal des Economistes* du 15 mars a publié une étude de M. Charles Turgeon, doyen de la Faculté de Droit de Rennes, sur *le juste prix*. Il examine les théories de théologiens et de métaphysiciens qui ont rêvé de déterminer exactement le juste prix.

Il montre la variété de leurs efforts. Cependant, nous voyons aujourd'hui les membres des divers gouvernements, les majorités dans les parlements, de nombreux fonctionnaires et magistrats qui se livrent à des discussions sur « les prix exagérés », « la spéculation illicite », etc..., dans le but d'arriver à imposer aux « vendeurs et aux acheteurs » une conception du « juste prix ».

Ils ne la trouvent pas : l'expérience leur a montré que les tentatives de ce genre n'ont abouti qu'à des échecs; mais, avec une obstination qui ne prouve pas la capacité de leur esprit critique, ils persévèrent.

D'anciens et de nouveaux parlementaires voudraient fixer le juste prix au prix de revient, M. Ch. Turgeon fait l'observation suivante :

« Au mois d'août 1922, les journaux de Bretagne se lamentaient sur la détresse de la petite pêche côtière, et l'un d'eux annonçait que quatre langoustes s'étaient vendues 15 francs à Gâvres près Lorient, alors qu'une seule langouste de grosseur moyenne se vendait de 15 à 20 francs à Saint-Malo. Les pêcheurs gâvrais auraient même donné pour un sou pièce le maquereau moyen qui coûtait 1 et 2 francs à Dinard. Dans ces exemples (rares, il est vrai) l'influence du coût de production est nulle. Il n'explique ni le prix insuffisant mendié par le producteur pauvre, ni le prix excessif déboursé par le consommateur riche. Il est intervenu ici d'autres facteurs décisifs qui ont provoqué successivement la baisse et la hausse en deux régions voisines. Trop de poisson et peu d'acheteurs au lieu d'origine, les prix s'effondrent et s'avilissent. Peu de poisson et trop d'acheteurs au lieu d'arrivée : les prix montent et s'enflent. En ces mouvements inverses, la consommation joue un rôle prépondérant, ici par sa rareté et son abstention qui les déprimant, là par son abondance et ses surenchères qui les gonflent.

On se récrie : « C'est un scandale. Pour redresser cette inégalité des relations économiques, ramenons les prix de vente au prix de revient. » Auquel? A celui du producteur originaire, du pêcheur? A celui du dernier intermédiaire, du dernier vendeur?

Pour que le prix de revient pût servir à l'établissement des prix de vente, il faudrait le connaître : et il est très difficile à déterminer.

Dans *l'échange* tel que l'a défini Turgot, *chacun attribue à la chose qu'il acquiert une plus grande valeur qu'à la chose qu'il cède.*

L'échange n'a lieu que lorsque la préférence est exactement réciproque. Cette préférence, c'est le juste prix.

(A suivre.)

YVES-GUYOT.