

CHAPITRE II

SERVICES ET MARCHANDISES

2.1. INTRODUCTION

2.2. LES DIFFERENTES ACTIVITES DE SERVICE ET LOGIQUE DE LA MARCHANDISE

2.2.1. Service marchand, service non marchand en comptabilité nationale

2.2.2. Théorie économique et service marchand

2.2.3. Différenciation des activités de services et marchandises

2.2.3.1. Nature juridique de l'engagement

2.2.3.2. La question de la relation à la matérialité

2.2.3.3. Marchandise et relation de service

2.2.3.4. Conclusion

2.3. LA QUESTION DU " PRIX " DES SERVICES

2.3.1. La valeur d'un service selon Nusbaumer

2.3.2. Mécanisme de fixation du " prix " du service

2.3.2.1. Relation " quasi salariale "

2.3.2.2. Relation marchande

2.3.2.3. Relation de servuction

2.3.3. Conséquences

2.3.3.1. La généralisation de la problématique de la valeur du marché

2.3.3.2. Valeur ou prix

2.3.3.3. Valeur d'un service et flux monétaire

2.4. CONCLUSION

CHAPITRE II

SERVICES ET MARCHANDISES

2.1. INTRODUCTION

La définition que nous avons donnée des services comme effecteur qui produit un effet, comme un acte, comme un processus qui modifie l'état d'un système se veut très générale. Elle doit donc se spécifier si l'on veut analyser les services, comme secteur d'activité économique, où l'activité est alors réalisée dans une unité qui est, au moins d'un point de vue juridique, indépendante. Ceci pose alors une double question, celle de la logique de la division du travail qui sépare les activités les unes des autres, celle de la relation entre la notion de service et la notion de marchandise. Les deux questions sont intimement liées, le présent chapitre s'intéressera plus à la seconde, dans la mesure où la réflexion portera sur une vision théorique et synchronique, laissant aux chapitres suivants la question de la dynamique des services.

La question de la relation entre services et marchandises se décompose au moins en deux questions : celle de savoir tout d'abord si le service est une marchandise comme les autres, on rejoint d'une certaine manière la question de la différence et similitude entre bien et service ; celle ensuite de savoir ce qui fait la valeur et le prix d'un service. Ces deux questions sont sans doute les plus difficiles qu'ait à résoudre la théorie économique des services. Elles le sont d'autant plus que les débats sur la théorie de la valeur, sur les mécanismes de la détermination des prix ne sont pas clos, même si les travaux dans ce domaine sont sans doute moins nombreux à l'époque actuelle, où le pragmatisme de l'analyse économique risque d'occulter ces questions théoriques. Il nous semble toutefois possible, sans prétendre clore définitivement le débat, de proposer quelques pistes de réflexion, qui peuvent permettre de poser un cadre à la question du prix des services, de la valeur des services, question (on l'a rappelé plus haut) assez fondamentale pour les problèmes de producti-

tivité.

Le secteur des services, comme unité indépendante, n'est pas un secteur homogène; nous postulons que les mécanismes de formation des prix n'y sont pas uniques et ceci tout d'abord parce que, selon nous, toute activité de service ne conduit pas, à un moment historique donné, à une véritable marchandise. Ce sera l'objet du premier paragraphe. Pour les activités où il y aura, selon nous, marchandise, les mécanismes nous apparaîtront différents, même si une définition de la valeur maximale d'un service peut être présentée et généralisée. Nous schématiserons donc deux grandes modalités de formation des prix, renvoyant en quelque sorte à l'idée d'un service ayant essentiellement une fonction interne à un système ou d'un service ayant plutôt un rôle d'ouverture du système.

2.2. LES DIFFERENTES ACTIVITES DE SERVICES ET LOGIQUE DE LA MARCHANDISE

La notion de service et la notion de marchandise ne se recouvrent pas. Nous chercherons donc à préciser les différentes positions théoriques concernant la relation entre marchandise et service.

2.2.1. Service marchand, service non marchand en comptabilité nationale

La comptabilité nationale a une séparation entre d'un côté les services marchands et de l'autre les services non marchands.

La première catégorie correspond aux actes qui mettent en relation deux acteurs économiques et qui supposent un échange monétaire représentant le prix à payer du service rendu.

La seconde catégorie fait référence à des services qui sont financés, au moins en partie, au moyen d'un prélèvement obligatoire (impôts, taxes ou cotisation obligatoire). Ce type de financement suppose alors qu'il n'y a pas une relation stricte entre le bénéficiaire et la somme qu'il peut avoir à déboursier, selon les différentes modalités possibles de paiement. Les comparaisons internationales

montrent que la distinction entre le domaine d'activité marchande et non marchande ne tient pas à des raisons de technique de production ou de nature même du service. C'est beaucoup plus l'organisation sociale et économique d'un pays, l'histoire de ses relations sociales, le développement historique de la place de l'Etat ainsi que de ses diverses modalités d'intervention qui ont modelé l'ensemble des services publics offerts à un moment donné. Il est vrai que le développement de l'économie du Welfare a créé les conditions d'un développement de nombreux services, ceci fortement lié à la place dominante de la théorie keynésienne, comme schéma de référence. Cette forme d'intervention de l'Etat apparaît donc pour une large part se substituer à des interventions de type privé. Dès lors, toute une partie des services dits collectifs pourrait dans une certaine manière être offerte dans le cadre d'une économie marchande. Il nous faut sans doute faire exception de certains services, qui feraient partie de ce que la théorie des biens publics a appelé les biens collectifs purs (Wolfesperger, 75).

Ces biens collectifs sont en général considérés comme étant peu nombreux. En conséquence, l'essentiel des services publics ne le serait qu'en raison d'une intervention sociale de l'Etat, et non par impossibilité théorique d'une relation marchande.

La justification d'une telle intervention peut d'ailleurs se faire en raison d'une difficulté et d'une absence de production privée de certains de ces services. Dès lors, la problématique ne serait pas celle d'une alternative entre production privée et production étatique, mais non - production et production étatique. Dès lors, la difficulté de la production privée ne tiendrait pas à l'impossibilité d'établir une relation marchande entre deux contractants, mais à la difficulté de faire apparaître une demande solvable pour ce type de services. En d'autres termes, l'insuffisance de la deman-

de privée mettrait les entreprises du secteur privé dans l'impossibilité de rentabiliser l'offre. Certains services nécessiteraient donc d'abord l'émergence d'une offre, permettant de faire la preuve de l'existence des besoins et par là de la possibilité d'une demande solvable. La production publique de ces besoins serait de ce point de vue la condition nécessaire à l'émergence à terme d'une offre privée, l'Etat ayant fait la preuve que les besoins et la demande solvable sont présents.

2.2.2. Théorie économique et service marchand

Si le mode de financement d'un service donné n'est pas suffisant pour exprimer la question du service comme marchandise, il faut reconnaître que la théorie économique s'est peu préoccupée de cette question. Les théories libérales se contentent de constater qu'il y a relation marchande entre deux protagonistes pour en déduire qu'il y a marché et marchandise. La nature et la forme de la relation sont sans importance et le concept de marché s'applique à n'importe laquelle des relations économiques : prêt, échange comme travail. Dès lors, la question de la relation entre service et marchandises n'a pas à être posée dans une telle conception.

La théorie marxiste, quand à elle, a une position quelque peu différente sur deux aspects. D'un côté, elle établit la distinction selon la nature de l'échange, et, si dans le mode de production capitaliste la force de travail est, pour Marx, une marchandise, c'est néanmoins une marchandise particulière puisque cette marchandise est capable de produire plus de valeur qu'elle n'en coûte. Autrement dit, la valeur d'usage du travail d'être producteur de valeur fait du travail quelque chose d'unique puisqu'il est l'étalon et la base de la valeur. D'un autre côté, la théorie marxiste, au moins dans l'interprétation qui en est faite, postule une relation forte entre

la matérialité et la marchandise à partir d'une notion d'appropriation. Dès lors, d'un point de vue très général, la marchandise serait d'abord et essentiellement un rapport social, et de ce point de vue à la limite n'importe quoi pourrait devenir une marchandise; mais en même temps la marchandise se détermine dans un acte de production et est la manifestation concrète, matérielle du résultat de cette production. Les expressions qu'utilise Marx " la valeur de la marchandise est du travail cristallisé " semble bien indiquer une vision de cette marchandise comme étant une fin, un résultat que l'on va s'approprier. De ce point de vue, il y aurait bien dans la pensée de Marx une exclusion des services, ceux-ci ne conduisant pas à un résultat " figé " " cristallisant " du travail. La conséquence de cette approche est aussi que la détermination de la valeur d'une marchandise se fait dans l'acte de production. On sait la distinction faite par Marx entre la valeur d'une marchandise et le prix de cette marchandise, tel qu'il découle du marché, le prix étant à la fois l'expression de la valeur, le résultat des différentes luttes sociales et notamment de la lutte des différents capitaux pour accaparer la valeur. De ce point de vue, il y a bien une opposition assez fondamentale entre l'approche de Marx concevant la détermination de la valeur à partir de la production et les approches libérales donnant la priorité à l'échange. Ainsi, même si c'est l'objet d'un débat au sein de l'analyse marxiste, les services apparaissent poser problème; ils ne seraient pas une marchandise comme les autres et ne revêtiraient pas le caractère d'être productif de valeur. D'où d'ailleurs l'image négative qu'ont les services dans certaines analyses s'inspirant du courant marxiste (faible productivité, secteur hypertrophié, forme archaïque d'exploitation...) la montée des services dans l'économie étant repérée comme une des causes de la crise actuelle (Lorenzi et Allii, 80)

2.2.3. Différenciation des activités de services et marchandises

Si nous nous intéressons à la question de la formation des prix dans le secteur des services (ceci sans nécessairement chercher à répondre à la question de la valeur au sens de Marx), il nous semble nécessaire d'introduire quelques distinctions qui nous amènerons à postuler tout d'abord qu'il n'y a pas forcément marchandise parce qu'il y a échange marchand, et ensuite à montrer que la définition que nous avons donnée du service doit permettre de suggérer des mécanismes de prix de nature assez précise.

En effet, l'existence d'une marchandise ne doit pas se fonder selon nous uniquement sur l'existence d'un rapport monétaire. Il est également nécessaire d'analyser la relation qui se fait dans l'échange pour savoir ce qui est effectivement échangé. Il est nécessaire ensuite à partir du moment où on postule un échange marchand d'examiner la " nature " des engagements de chacun. Si l'existence de la monnaie laisse bien supposer qu'il y a échange, tout échange ne suppose pas quant à lui qu'il y ait marchandise, c'est à dire ce quelque chose indépendant de celui qui l'a produit et qui peut donc s'aliéner. Or, la nature des relations qui se nouent dans les activités de service ne semblent pas pouvoir s'analyser exactement de la même façon que les relations qui se nouent dans l'échange de biens. A notre connaissance peu de travaux juridiques se sont intéressés à la nature de cet échange et à la question de savoir quel est l'objet de cet échange. L'ouvrage de Grelon (78) fait de ce point de vue notablement exception à la règle. Il manifeste d'abord combien la théorie du droit, comme la théorie économique, est profondément marquée par une théorie du bien, comme réalité matérielle, indépendante de son producteur. Les pistes de la réflexion juridique démarrent en quelque sorte de questions qui sont annexes à celle du bien, les deux sous-ensembles les plus significatifs

étant la question de la propriété intellectuelle et la question du transfert de technologie. Mais l'analyse du service va au delà, dans la mesure où il s'agit aussi de savoir quel est l'engagement de celui qui offre le service et de savoir quelle est la durée de cet engagement.

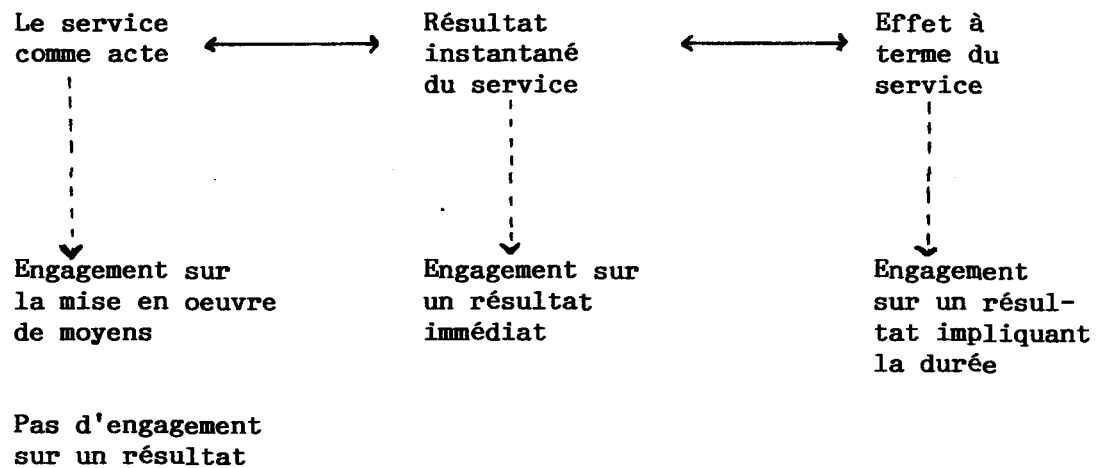
2.2.3.1. Nature juridique de l'engagement

L'analyse juridique suggère que dans le domaine des services l'engagement peut au moins être de deux types : un engagement de fournir des moyens sans engagement sur un résultat, un engagement pour un résultat. Autrement dit, l'engagement dans un cas apparaît porter sur la mise à disposition de moyens, sur la réalisation d'un certain type de travail dont on peut préciser d'ailleurs des exigences en termes de qualification par exemple, mais l'engagement ne porte pas sur un résultat (ceci postulant bien sûr que le résultat ne pourrait être qu'un succès). L'exemple est clair dans le domaine de la recherche où l'engagement de trouver quelque chose, ce quelque chose étant en quelque sorte préconçu, ne peut pas se prendre. Le seul engagement possible serait alors celui de consacrer pendant un temps donné un ensemble de moyens humains, financiers, techniques, à la recherche d'une solution à une question, à un problème, sachant en même temps que la définition du problème, de la question à traiter, est tout à fait capitale. De la même manière un service de formation peut s'engager à fournir des enseignants, à suivre un programme, à traiter de tel ou tel sujet ; il ne peut pas s'engager à ce que les auditeurs soient plus intelligents, ou mieux adaptés à leurs postes de travail. La raison du non-engagement n'est d'ailleurs pas la même dans les deux cas. Dans le premier, l'incertitude tient essentiellement à la difficulté d'anticiper une découverte ; dans le meilleur

des cas on peut estimer une probabilité de réussite. Dans le second exemple, il y a certes aussi une question de probabilité, mais elle tient surtout à l'attitude, au comportement, à l'action du bénéficiaire du service. Dans ce type de service la question centrale est bien que le bénéficiaire est aussi un acteur. La relation de ces deux services avec la matérialité n'est pas la même. L'engagement sur un résultat pose quant à lui un autre type de questions. En effet, si le producteur du service s'engage bien à ce qu'il y ait un résultat, un effet du service, celui-ci pouvant être défini de manière précise, au préalable de la production du service, comme objet même de la négociation, la question qui devient centrale est celle de la durée attendue de cet effet et donc de l'engagement de l'offreur. Nous retrouvons une question qui a été évoquée à propos de la productivité. Certains types d'engagement se dénouent de manière immédiate, le résultat est donc acquis une fois pour toutes, il est " transférable " immédiatement, il appartient d'emblée au bénéficiaire du service et ceci avec une possibilité forte d'appropriation, dans la mesure où la forme de la liaison avec la matérialité permet cette aliénation. Dans d'autres cas, l'engagement de l'offreur de service n'est pas réduit à l'obtention d'un résultat immédiat, mais d'un résultat qui se dilue dans le temps, d'un résultat qui a une certaine permanence et qui engage l'offreur de service sur la durée, bien que les conditions puissent changer. La nature même de cet engagement ne veut pas nécessairement dire qu'il y ait en permanence une action, un acte. L'engagement se contracte au moment de la négociation, il y a là souvent une période où l'activité est importante, par la suite cette activité peut se réduire, voire même être quasi-nulle, bien que l'engagement tienne toujours. Dans le premier type que nous avons évoqué, on peut prendre l'exemple

de la restauration, de l'hôtellerie, de la location d'immeubles ou encore de l'entretien et de la réparation. Dans le second, on peut prendre l'exemple d'une agence de voyages, de la maintenance, mais surtout celui de l'assurance.

On voit comment notre définition du service en général peut nous permettre de concevoir ces différents types de relations et d'engagements qui se nouent. Le schéma suivant résumerait les situations types.



Ainsi, l'on peut distinguer trois niveaux d'engagement dans l'offre de service. Le premier se limite à la mise en oeuvre de moyens, le second à l'obtention d'un résultat précis, immédiat, quels que soient alors les moyens à mettre en oeuvre ; le troisième enfin implique un effet qui dure et par là engage l'offreur de service dans une temporalité longue.

Cet aspect juridique permet donc de préciser quelque peu le contenu d'une négociation, de l'échange en matière de service. Il n'épuise pas toutefois la connaissance de la raison même d'un appel au service. En effet, la vision juridique que nous avons évoquée se centre sur la relation contractuelle entre deux acteurs. Il ne faut pas oublier que les services s'insèrent aussi dans une

odynamique sociale où le développement de certains services et par là la relation qui s'instaure à cette occasion ont comme finalité de mobiliser le travail humain dans des conditions tout à fait spécifiques et par là dérogoires à la forme " normale " de l'emploi. En conséquence, certains services ne sont que des formes spécifiques d'engager un travail humain, sans que pour autant il y ait véritablement une marchandise (un produit-service comme résultat indépendant) qui soit créée. Le critère qui apparaît alors essentiel, même s'il est parfois difficile à apprécier, serait celui de la subordination du travail. Un certain nombre de services ont alors comme fonction sociale de mettre à la disposition d'une unité économique du travail vivant, celui-ci devant être subordonné dans la pratique du travail, non à l'unité qui le met à la disposition, mais à l'unité qui va utiliser la capacité de travail de l'individu. Il s'agit alors d'une forme particulière de rapport salarial, la spécificité de cette forme est alors d'organiser l'aspect dérogoire de cette utilisation du travail humain. L'ensemble des remarques que nous avons faites nous amène donc à schématiser quatre formes à l'engagement qui se noue à l'occasion d'une prestation de service :

- 1°/ Mise à disposition d'un travail vivant
- 2°/ Engagement sur la mobilisation de moyens
- 3°/ Engagement sur l'obtention d'un résultat précis et immédiat
- 4°/ Engagement sur un effet durable.

On pourrait sans doute faire remarquer que aussi bien la production d'un bien que n'importe laquelle des prestations de service est d'une manière ou d'une autre concernée par chacune de ces dimensions. Nous verrons d'ailleurs plus loin comment la prise en compte d'un processus total allant de la mobilisation du travail à l'effet

durable nous conduira à montrer une des mutations fondamentales des économies actuelles dans le développement et la prise en compte du processus d'utilisation. Mais ce qui est en cause, au point où nous en sommes, c'est de pouvoir préciser la nature de l'engagement qui est pris lors de l'échange monétaire et lors de la négociation.

Ces remarques de nature juridique et contractuelle sont donc une première piste pour régler la question de la relation service et marchandise.

2.2.3.2. La question de la relation à la matérialité

La seconde piste de réflexion nous amène à revenir sur la question de la relation qui se noue à l'occasion d'une prestation de service. La raison de ce retour vient du fait que nous avons une conception stricte de la notion de marchandise. En effet, selon nous, le concept de marchandise ne peut s'utiliser que si l'on est en mesure de montrer qu'il a possibilité d'une appropriation de nature juridique de quelque chose (nature du contrat d'engagement), ceci voudrait dire que seuls les engagements sur un résultat peuvent en théorie permettre l'existence d'une marchandise. La condition seconde est qu'il y ait possession de ce résultat, ce qui implique une indépendance entre le producteur et l'utilisateur; cette notion de possession signifie en même temps liberté dans l'usage qui est fait de ce résultat. Enfin la condition d'appropriation et de possession ont comme conséquence la possibilité de transférabilité sur un tiers, ce qui implique la possibilité d'une revente.

Cette définition stricte de la marchandise (appropriation, possession, transférabilité) implique alors nécessairement une relation précise entre service et matérialité. Tous les services conçus

comme activité et comme résultat de cette activité ne sont pas dans les mêmes relations avec la matérialité. Nous avons précisé plus haut (chapitre I) trois grands types de services :

- Services d'accompagnement d'un bien
- Services de création d'un produit immatériel
- Service sur les personnes

Dans chacun de ces sous-ensembles la relation entre matière et service est différente.

Dans le premier sous-ensemble, la matérialité est la base sur laquelle le service s'effectuera. La matérialité est, pourrait-on dire, en amont du service. Elle est une sorte d'input sur lequel le service fonctionnera. Il existe d'ailleurs des relations matérialité et service qui sont dans ce sous-ensemble quelque peu différentes. La première forme est la mise à disposition de l'objet, du bien à son utilisateur, sans modification véritable de l'objet même. La seconde forme est par contre une intervention sur l'objet pour en modifier des caractéristiques, dans le but de le rendre adéquat à l'utilisation qui doit en être faite. Il existe des formes mixtes. Quelque soit la relation, il n'y a pas possibilité de transférer le service à un tiers, le service sur l'objet ne se " revend " pas, c'est l'objet lui-même, le bien, qui peut être transféré. Il n'y a pas de transférabilité du service lui-même, indépendante du bien. S'il y a marchandise, c'est le bien qui est une marchandise ou c'est l'ensemble bien-service qui est une marchandise. Ce n'est donc jamais le service seul qui est une marchandise, s'il le devient, c'est qu'il est marchandise par la médiation de l'objet sur lequel il porte.

Dans le cas de la production-création d'un produit immatériel, la relation avec la matérialité ne se fait pas à partir d'un objet sur lequel porte-

rait le service. Il s'agit d'une activité de " production intellectuelle ", même si celle-ci peut être élaborée avec des moyens matériels. La relation à la matérialité se fera, lorsqu'elle existe, au bout du processus, au moment où le résultat apparaîtra. La matérialisation du service se comprend comme la forme de manifestation du résultat de cette production intellectuelle. Pour être précis, toute production intellectuelle n'est pas nécessairement amenée à se matérialiser. La relation marchande de vente de cette production intellectuelle implique une forme de matérialisation du résultat de cette production. Dans un tel cas, nous dirons alors qu'il y a marchandise au sens strict. Ceci suppose que l'engagement pris par l'offreur de service soit un engagement de type résultat (dans la forme juridique) et d'un résultat qui est immédiat. La forme prise par la matérialité concerne donc la condition de la transférabilité du produit service, résultat du processus de production. Schématiquement cette forme de matériabilité est double : l'une passe par la production d'un support matériel du service, la nature technique de ce support peut être multiple papier, bande magnétique, film, etc... On a dans ce cas un processus de production du support et processus d'inscription du résultat de la production intellectuelle sur ce support. L'exemple très ancien du livre est suffisamment éloquent nous semble-t-il pour permettre une généralisation à la production intellectuelle qui devient une marchandise. L'autre forme de la matérialité de la production intellectuelle est une mise à disposition au moyen d'instrument matériel de communication; le moyen matériel de communication est alors la condition d'appropriation de la production intellectuelle, il devient l'instrument de la transférabilité du service. Dans ce dernier exemple, le même produit intellectuel peut en théorie être transmis à plusieurs personnes à la fois,

il n'y a donc pas nécessairement une possession exclusive du produit. Si cette possession existe, il est clair alors qu'elle est le résultat d'une relation sociale, ce qu'est fondamentalement toute marchandise. Le développement de nouvelles formes de matérialité comme de nouveaux instruments de communication a, sans contexte, ouvert considérablement le champ d'extension de la marchandise. Une production intellectuelle comme le théâtre peut se transformer en marchandise par l'intermédiaire de la cassette vidéo et du développement du magnétoscope. Il est aussi très clair que cette extension de la marchandise fait apparaître de nouvelles fonctions comme celles de la production et de l'édition de cassettes, mais aussi celle de leur distribution.

Nous avons enfin montré qu'il existait un troisième sous-ensemble de service, que nous avons appelé service sur les personnes, en distinguant des services directs sur les personnes et les services créant les conditions générales d'existence des personnes, mais ne portant pas en même temps sur des biens concernant ces personnes. La relation avec la matérialité est moins nette, c'est la personne physique ou le groupe social qui est alors la "matérialité" du service. S'il y a bien possibilité d'appropriation, au moins dans certains cas du service, ce n'est pas le service en lui-même qui intéresse l'utilisateur, mais l'effet supposé de ce service sur le bénéficiaire ; cet effet n'est pas quelque chose d'immédiat, il a un effet plus ou moins durable. Si l'effet intéresse le bénéficiaire, il n'y a pas au sens strict possibilité de transférabilité. Nous dirons donc qu'il n'y a pas de marchandise au sens strict.

2.2.3.3. Marchandise et relation de services

Nous sommes maintenant en mesure de suggérer une analyse un peu plus précise de la relation de services et de la marchandise. La solution nous paraît donc passer par une articulation entre

l'aspect juridique, objet de la négociation, et la forme de la matérialité du service. Ceci nous conduit alors à postuler que les relations de service s'analysent dans trois formes de relations que nous allons schématiquement préciser.

La première, sans doute limitée, bien qu'en développement avec la crise économique, peut être appelée relation quasi salariale. Il s'agit d'une activité de service qui consiste à mettre à la disposition de quelqu'un, d'une unité économique donnée, une force de travail, dont on pourra user de manière plus ou moins dérogatoire à l'utilisation socialement dominante. Il y a un avantage à recourir à cette forme sociale de mobilisation du travail vivant, parce que sous un aspect ou sous un autre (niveau du salaire, absence de conventions collectives, possibilité différente de licenciement, niveau de productivité différent, etc ...), il y a un gain monétaire, ce gain monétaire potentiel peut permettre de rémunérer une activité qui rend cette mobilisation possible. Les activités de service concernées par une telle relation sont essentiellement celles du travail temporaire, de certains travaux à façon, du travail domestique, mais aussi parfois d'un travail d'enquête, de sondage.

Le caractère de relation quasi salariale ne devrait pas en toute rigueur s'analyser selon la nature technique du service, mais beaucoup plus selon le caractère de subordination dans lequel est mis le travail vivant vis à vis du bénéficiaire de l'activité de service. Cela veut dire

- 1°/ que le bénéficiaire du service est intéressé par la " valeur d'usage " de la force de travail, son expérience, sa qualification, ses connaissances,
- 2°/ que l'offreur de service n'offre comme service que la mise à disposition de cette force de travail. De ce point de vue l'entreprise est avant tout un écran juridique qui, dans un sens, voile

la véritable relation de subordination, tout en permettant d'organiser l'aspect dérogatoire de cette mobilisation par rapport à la norme sociale, celle-ci pouvant d'ailleurs historiquement changer, cette dérogation pouvant être aussi parfaitement légale.

De cette situation, l'entreprise de service peut aussi chercher à modifier et " enrichir " le service offert. Ceci est aujourd'hui assez clair pour certaines entreprises de travail temporaire ou de travaux à façon. En effet, elles cherchent à développer de nouvelles fonctions, et d'un aspect de simple mise à disposition d'une force de travail, elles peuvent chercher à modifier la qualité de cette force de travail et par là, à adapter cette force de travail à des modifications structurelles des demandeurs du service : sélection, gestion de personnel, formation (H. Puel, 86).

Le second sous-ensemble peut être caractérisé par la notion de relation marchande, à partir d'une notion de marchandise prise au sens strict. Il s'agit alors d'une activité de production intellectuelle se terminant par un résultat précis et immédiat, transféré au bénéficiaire du service au moyen d'un support matériel ou d'un moyen technique de communication. Ces services concernent aussi bien la production de logiciels, de films, d'émissions de télévision, de produits vidéo-textes, mais aussi d'études, quel que soit l'objet, se traduisant par la réalisation d'un rapport transmettant le résultat de cette étude. Dans tous ces cas, le producteur du produit-service s'engage à un résultat, mais pas sur l'effet de ce résultat. Certes la production vise bien un objet, mais il n'y a pas au sens strict une obligation que le résultat obtenu corresponde parfaitement à ce qu'attend le bénéficiaire du service. Si ce résultat n'est pas jugé satisfaisant, le bénéficiaire pourra ne pas renouveler sa demande, mais il ne pourra pas juridiquement se retourner contre l'offreur, sous le

prétexte que la solution qui lui a été proposée ne correspond pas à son attente.

Le troisième sous-ensemble nous apparaît spécifique des relations qui se nouent dans de nombreux services, nous l'appellerons relation de servuction. Elle suppose une relation monétaire entre deux co-échangistes, mais il n'y a pas transfert réciproque où d'un côté circulerait une somme d'argent et de l'autre une marchandise. Ce que cherche à obtenir le demandeur du service, ce n'est pas le service en lui-même, comme moment précis et comme acte spécifique; ce qui l'intéresse, c'est l'effet que le service a sur lui-même ou sur ses biens ou sur ses relations. C'est bien le service comme effecteur qui a un effet. Le service comme effecteur, comme acte, est dominé par son effet. Dans la mesure où cet effet est utile, le bénéficiaire acceptera de payer une somme d'argent pour obtenir cet effet. L'existence de cette forme de relation marchande doit être prise dans sa signification complète. Il nous semble en effet que la théorie économique a en quelque sorte négligé cette forme de relation que nous appelons relation de servuction. En effet, l'analyse économique distingue en général trois types de relations monétaires dans le domaine des relations privées et une forme de relation non marchande dans le domaine des relations privées - publiques : c'est dans le premier cas, la relation de travail, déterminant le salaire, la relation de prêt d'argent, déterminant le taux d'intérêt, la relation de vente, déterminant le prix de la marchandise, et dans le second cas, le prélèvement obligatoire (impôt ou cotisation). L'ensemble de ces catégories ne nous permet pas semble-t-il de comprendre l'intégralité de la relation de service, et notamment la notion de marchandise ne semble pas pouvoir s'appliquer en toute rigueur

pour l'ensemble des relations qui se nouent dans les activités de services, sauf à accepter que cette notion de marchandise perde de la " consistance " et ne devienne qu'une simple relation monétaire. Notre position est donc de reconnaître qu'il existe une autre forme de relation entre deux unités économiques, cette relation que nous appelons de servuction, qui impliquera certes un transfert d'argent, mais qui a des spécificités du côté de l'engagement de l'offreur de service, la notion centrale étant un engagement sur un effet. A l'intérieur de cette relation de servuction, quelques caractéristiques doivent être examinées.

Tout d'abord, le demandeur du service a un rôle actif plus ou moins défini à jouer. Il peut jouer ce rôle aussi bien dans la phase de définition de ce que doit être le service, que dans la phase même de la production du service (annexe 3). Ensuite cette relation de servuction se différencie selon que l'engagement porte sur un effet immédiat, ou au contraire sur un effet s'inscrivant dans la durée.

2.2.3.4. Conclusion

L'analyse de la relation monétaire qui se noue entre deux acteurs à l'occasion d'une prestation de service nous a conduit à préciser dans quelles conditions il était possible de parler de marchandise à propos de ces prestations. Cette analyse nous a conduit à postuler trois types de relations de nature différente, une seule pouvant se définir dans un sens strict comme une relation de vente de marchandise. Nous avons donc été conduit à postuler l'existence d'une forme de relation spécifique au service, que nous avons appelé relation de servuction. La difficulté de la perception même de cette relation tient à ce que la sphère des services, telle qu'elle est traditionnellement définie à partir de l'immatérialité, ne coïncide pas strictement avec cette relation de ser-

vuction. Autrement dit, dans l'ensemble des activités de service défini comme secteur économique distinct de l'industrie ou de l'agriculture, il y aurait place à plusieurs formes de relations économiques et sociales. L'immatérialité apparente de la production n'est donc pas suffisante pour spécifier la forme de la relation de servuction. A l'intérieur de cet ensemble du secteur des services, la séparation des activités selon les trois types de relations apparaît fondamentalement comme un phénomène historique impliquant le développement des différentes formes de relations sociales qui se nouent dans l'activité économique. Dans la phase historique actuelle se développe certainement la forme de relation marchande, nous avons déjà évoqué l'idée que cette forme peut se développer parce que nouveaux supports, de nouvelles formes de matérialité, se sont développés avec les moyens électroniques. Ces nouvelles formes de la matérialité sont donc la condition d'un nouveau développement de la sphère de la marchandise au sens strict du terme.

Mais en même temps l'existence d'une relation monétaire ayant des spécificités en termes d'engagement du producteur du service conduit à mettre en évidence le fait que cette relation de servuction, si elle est parfaitement repérable dans certaines activités de service, peut aussi concerner des relations où les biens, où la marchandise, définie dans un sens strict, sont aussi concernés. Nous développerons cet aspect plus loin, mais nous pouvons néanmoins dès maintenant suggérer l'idée que n'importe quelle vente de bien peut aussi amener le vendeur à s'intéresser à l'effet utile de son bien, à s'intéresser à l'effet durable de ce bien, à prendre un engagement dans la durée. Nous serons alors amené à dire qu'une telle relation ne peut pas se comprendre dans un sens strict uniquement dans le concept d'une relation marchande :

il y aura selon nous à la fois une relation marchande et une relation de servuction, nous pourrions même postuler que dans certains cas la relation de servuction devient la condition de la relation marchande. Derrière cette formulation c'est, nous semble-t-il, une vision quelque peu nouvelle de l'économie et des relations sociales dans l'économie qui se cherchent. Mais avant d'aborder ce thème, il est nécessaire de montrer quelles sont les conséquences de notre analyse en matière de fixation de ce que l'on appelle le " prix " des services.

2.3. LA QUESTION DU " PRIX " DU SERVICE

La réflexion que nous avons eue jusque-là va nous permettre de préciser différents mécanismes de formation du prix des services. Nous utilisons la notion de prix bien qu'elle soit selon nous impropre dans un cas examiné. Mais il nous sera plus facile de justifier cela plus tard. Le terme de prix sera donc utilisé entre guillemets.

Nous commencerons par examiner une proposition relativement originale qui a été faite par Nusbaumer (84), il nous semble y avoir là une piste intéressante, ceci nous permettra ensuite de préciser les différents mécanismes de formation du prix.

2.3.1. La valeur d'un service selon Nusbaumer

Dans son livre, Nusbaumer part de l'idée que la valeur ajoutée d'un service se détermine par relativité en tenant compte de ce que l'on peut appeler l'effet externe du service. L'expression de la valeur ajoutée peut alors s'exprimer de la manière suivante :

$$V's = (c's + \frac{cs}{c's}) B$$

$$\text{avec } B = \frac{1}{a} S$$

où $V's$ est la valeur ajoutée d'une activité de service

$c's$ est le coût direct de production d'un service, lorsque celui-ci est organisé dans une activité indépendante et externe à l'entreprise qui bénéficie du service

cs est le coût direct de production d'un service similaire si celui-ci est organisé de manière interne à l'entreprise qui en bénéficie

B est la quantité de biens produits par l'entreprise bénéficiaire du service

S est l'ensemble des services utilisés et nécessaires pour la production et la vente de B

$\frac{1}{a}$ est alors un coefficient de proportionnalité qui sera supposé être constant

La relation est basée tout d'abord sur l'hypothèse que les conditions de production et de marché restent constantes, d'où l'hypothèse que structurellement la production et la vente de biens (B) nécessite un recours régulier à un ensemble de services (S). La question qui est posée est alors de savoir quelle est la valeur ajoutée d'une activité de service, lorsque que celle-ci est externe à l'activité productrice de biens. La question ne se pose pas, d'une certaine manière, si l'activité est interne, puisque la vente du bien (B) incluera aussi bien la valeur ajoutée par la production strictement manufacturière que la valeur ajoutée par chaque activité de service interne. De manière plus exacte, le marché amène à constater une seule valeur ajoutée, c'est le raisonnement qui peut distinguer une valeur ajoutée manufacturière d'une valeur ajoutée des services internes. L'intérêt de la formule tient au fait qu'elle fait apparaître que la valeur ajoutée d'un service indépendant dépend :

1°/ du coût direct de production de ce service : $c's$ et donc de l'efficacité propre à la production de ce service

2°/ du rapport $cs/c's$, autrement dit de ce que nous appellerons l'effet d'externalisation du service, qui se mesure par l'avantage en termes de coût d'un appel à l'extérieur, avec comme hypothèse que l'appel à l'extérieur doit impliquer la relation $cs > c's$. Plus cet écart est élevé, plus il y a avantage à un appel à l'extérieur, plus la valeur ajoutée du service est élevée. Le rapport $cs/c's$ est une manière d'apprécier l'effet d'économies externes qui pourrait être potentiellement réalisé dans l'appel à l'extérieur. Cet effet se mesurerait alors par $\frac{cs}{c's} \cdot B$.

3°/ de l'importance relative d'un appel au service pour la production d'une unité d'un bien donné.

Il nous semble que la valeur de $V's$ ne doit pas être interprétée comme la valeur ajoutée observée sur le marché, mais plutôt comme la valeur ajoutée potentielle maximale d'un service externe. En effet si la situation d'appel à l'extérieur suppose que l'écart cs et $c's$ soit positif, cet écart doit en quelque sorte être partagé entre les deux cocontractants.

La formulation mathématique n'apparaît pas entièrement rigoureuse.

Nusmauber parle d'ailleurs d'une notation heuristique dont la fonction serait plus de suggérer que de formaliser les relations. La relation serait sans doute plus exacte si elle était formalisée ainsi :

$$V's = (1 + \frac{cs}{c's})B$$

Toutefois la question essentielle est celle de l'interprétation du résultat. La problématique cherche en fait à combiner deux types de questions. L'une est celle de la différence dans le coût de la production d'un service lorsqu'il est interne ou externe. L'autre est celle de l'effet du service sur la production des biens et le " partage " de cet effet entre plusieurs acteurs possibles.

Si sur le marché, la valeur de l'activité de service est égale à $V's$, le demandeur de service serait dans une zone d'indifférence entre un appel à l'extérieur et un appel interne. Si la valeur observée ou négociée du service ($V'a$) est inférieure à $V's$, il y a alors un intérêt à faire appel à un service externe. Cette valeur ($V'a$) doit être comprise entre $V's$, valeur potentielle maximale, et $c's$ coût de production du service. Dans cette situation, il y a partage entre les deux contractants de la productivité de la production externe du service.

L'interprétation que nous avons donnée de l'écart entre $c's$ et $c's$ a été faite en termes de productivité différentielle des deux activités. Dans sa formulation, l'expression est en valeur courante, il n'y a pas d'expression de quantité, en dehors du volume des biens produits. Dès lors l'écart en valeur peut aussi s'interpréter à partir d'une différenciation dans la rémunération de certains types de travail, de mécanismes différents de fixation des salaires, de forme différente de mobilisation du travail vivant, de mode de fixation des prix sur le marché obéissant à des rapports de force de nature différente.

L'application de la formule peut s'avérer parfois difficile, dans la mesure où le coût du service interne est rarement connu. De plus, la rémunération du travail pouvant être assez différente selon que l'activité est interne ou externe, pour vérifier la formule, il est nécessaire de faire l'hypothèse d'une rémunération au moins identique pour chaque unité de travail employé. Le recours à l'extériorisation d'un service peut obéir à des motifs divers. Les uns sont strictement reliés à des problèmes de coûts salariaux. Dans certains cas le service extérieur peut permettre une valorisation relativement élevée de certains travaux et l'extériorisation du service peut

permettre de " profiter " d'un marché porteur et ainsi permet de valoriser une expérience acquise ou les équipements investis. Dans d'autres cas, la situation du marché du travail pour certains métiers ou certaines qualifications conduit à des niveaux de rémunération très élevés par rapport à la situation interne de l'entreprise. L'internalisation de ces qualifications ou de ces métiers pourrait alors conduire à une hausse générale de toute une partie des salaires internes, par un simple effet de hiérarchisation et de comparaison. Dans ce cas, l'appel au service extérieur se fait moins parce que son coût est plus faible que parce que la rémunération de certains métiers est relativement trop élevée.

La limite de la problématique proposée nous paraît tenir essentiellement à l'hypothèse d'une nécessaire substitution entre un service interne et un service externe. Si cette situation existe, elle ne paraît pas être exhaustive de la place des services dans le système productif. Toutefois, son intérêt est de suggérer la possibilité de généralisation en postulant que la valeur d'un service dépend en partie de son effet externe.

2.3.2. Mécanismes de fixation du " prix " du service

La réflexion que nous avons conduite plus haut sur la relation qui se noue dans une prestation de service nous servira de fil conducteur dans l'analyse des mécanismes de fixation du " prix " du service. Nous devons rappeler que la définition générale du service que nous avons donnée dans le chapitre premier, comme un acte qui a un effet, conduit à postuler d'une manière très générale que la fixation du " prix " du service doit être une sorte de compromis de deux logiques de nature différente, celle de l'activité, qui conduit à une détermination du prix à partir des coûts de production, celle de l'effet du service, qui conduit à une détermination du prix à partir de

la mesure économique de cet effet. Double logique qui s'affronte à propos du service, sans doute en permanence présente et qui a sa correspondance dans l'affrontement des deux conceptions économiques évoquées à propos de la détermination de la valeur. Toutefois lorsque nous disons que l'activité de service implique un examen de l'effet du service, il est sans doute nécessaire de préciser notre position pour éviter une interprétation uniquement néo-classique de la notion d'effet. Il est vrai que l'introduction de la notion de valeur d'usage et d'effet d'un service peut être interprétée comme un développement ou un aspect de la valeur utilité, où schématiquement la valeur d'un bien serait déterminée par la préférence de l'utilisateur, et donc par le jugement subjectif que porte cet utilisateur sur cette utilité. Lorsque nous parlons de l'effet d'un service, il ne s'agit en aucune manière d'une utilité subjective, telle qu'elle peut être appréhendée par chaque utilisateur. Il s'agit au contraire de ce que nous pouvons appeler un effet objectif pouvant faire l'objet d'un calcul économique, tenant à la place du service dans le système productif. La notion d'effecteur qui produit un effet a cet avantage d'inscrire le service dans un système, d'éviter toute vision subjective de l'effet, pour ne conserver que l'aspect mouvement. La finalité du système, avons nous dit plus haut, n'est pas à trouver dans un but qui prédéterminerait le système, mais dans la fonctionnalité de ce système.

2.3.2.1. Relation "quasi salariale"

Dans les services que nous avons appelés de relation "quasi salariale" le mécanisme de formation du "prix", et pour être plus précis, de la somme d'argent transférée, fait référence à un double aspect : d'une part, l'ensemble des mécanismes socio-économiques qui déterminent à un moment donné et dans un contexte institutionnel donné le rapport salarial et, dans ce rapport, de manière

plus précise, la fixation des salaires. Autrement dit, la valeur transférée s'organise à partir du mécanisme de fixation des salaires. L'activité de services est certes un des éléments institutionnels de ce rapport salarial, sa fonction apparaît au moins pour le moment relativement subalterne (1).

D'autre part la fixation précise de cette valeur, pour un métier donné et une qualification donnée, peut tout à fait se comprendre à partir de l'expression proposée par Nusbaumer que nous avons analysée plus haut. Il s'agit en effet d'une problématique portant essentiellement sur la comparaison entre le coût d'une embauche interne, dans une durée donnée, et le coût d'un appel à une entreprise de service pour la mobilisation dans un contexte juridique, économique et social différent d'une main d'oeuvre ayant les mêmes caractéristiques. Dès lors l'économie potentielle en général peut se problématiser en une économie de salaire (un moindre coût). Cette économie potentielle peut permettre une rétro-

(1) Nous introduisons cette nuance car historiquement l'appel à un travail temporaire, un travail à façon est dans une certaine mesure l'exception et a donc une fonction relativement marginale d'adaptation du système de travail. Cette situation pourrait changer comme le suggère P. Rolle. En effet, la crise économique est dans une large mesure une remise en cause du rapport salarial antérieur, la notion de flexibilité du travail devient alors la norme centrale, le statut de travailleur intérimaire peut alors devenir le statut type (un nouveau paradigme de l'emploi), dès lors la fonction des entreprises de travail intérimaire change, ainsi que leur statut, ainsi que le service qu'elles rendent. Il ne s'agirait pas d'assurer une mobilisation avantageuse d'une partie de la main d'oeuvre, il s'agirait beaucoup plus d'assurer la flexibilité d'ensemble du système en matière d'allocation optimale de cette main d'oeuvre.

cession, un transfert en faveur de l'entreprise de service, permettant par là de rémunérer cette fonction spécifique d'organisation d'une mobilisation de la main d'oeuvre, dérogatoire à la norme sociale. Il est clair que, si pour une raison ou une autre, cet avantage est supprimé, l'appel à l'extérieur sera lui aussi supprimé; la fonction économique est bien en quelque sorte passagère et relative à une forme spécifique d'un rapport salarial, dans un contexte national donné.

Une telle modalité ne peut que difficilement être analysée à partir d'une notion de prix du service. En effet il n'y a pas véritablement d'unité de service. Il y a une unité qui est la durée d'une mission (le nombre d'heures de travail effectuées par le travailleur), le nombre de missions, mais ces unités ne sont pas celles du service lui-même, ce serait en toute rigueur les unités de l'input du service, si une telle expression est tolérable. Il s'agit en fait d'un transfert financier, d'une somme d'argent qui est payée (à l'exemple d'un impôt, d'un taux de TVA par exemple) à partir d'une base, la rémunération du travailleur, par l'application d'un taux, tenant compte de l'écart relatif entre la solution interne et externe. Le nombre d'unités du travail ne définissant pas le nombre d'unités du service, il apparaît non significatif d'établir le rapport entre cette marge et le nombre d'unités de travail pour déterminer le "prix" du service. Si la solution est possible mathématiquement, la signification économique apparaît problématique.

2.3.2.2. Relation marchande

Le second type d'échange peut s'analyser, avons nous dit, à partir d'une relation marchande. Il y a dans ce cas une unité de produit fini qui est échangée, la relation du service avec la

matérialité est telle qu'elle permet à la fois une singularité de chaque produit-service et une possibilité d'appropriation. Dans ce cas, le prix de cette marchandise peut s'exprimer à partir des coûts de production et d'un taux de marge. Soit en notant $V's$, la valeur ajoutée du service, $C's$ le coût de production du service, r le taux de profit moyen de la branche, $S's$ le capital engagé dans cette activité

$$V's = C's + r.S's$$

Une analyse plus précise de la formation des prix dans ce type de relation nécessiterait d'analyser l'organisation de l'offre de service et notamment la forme de concurrence dans chacun des sous-ensembles de la production. Ce qui nous intéresse ici, c'est simplement de montrer que les mécanismes de formation des prix peuvent s'analyser de manière assez proche des analyses qui sont faites dans d'autres secteurs de production. Dans la mesure où la forme prise par la concurrence apparaît souvent de nature oligopolistique, il est possible alors de suggérer que le prix se fixe essentiellement à partir d'une logique de coût de production interne et d'un taux de marge.

2.3.2.3. Relation de servuction

Le troisième type d'échange est basé sur ce que nous appelons une relation de servuction, où le service s'apprécie non comme un résultat défini, figé dans une structure matérielle, mais comme un processus en mouvement, où l'utilisateur peut avoir un rôle actif à jouer. Ce qui est fondamental dans cette relation de servuction, ce n'est pas le processus en lui-même, mais l'effet que ce processus aura sur le système où il s'applique, l'utilisateur qu'il concerne. S'il y a bien processus de production, la valeur du service ne s'apprécie pas uniquement à partir de cette logique

de production. Nous dirons donc que la valeur du service doit tenir compte dans la réalité d'un double aspect : la logique des coûts de production, dans la mesure où une entreprise de service doit produire et récupérer les coûts de production, la logique de la servuction où le service n'a de valeur que dans l'effet qu'il aura. Ainsi, nous problématiserons la question du prix du service dans la comparaison entre ces deux logiques.

Nous noterons C's le coût de production direct du service, ce coût est fait de l'ensemble des charges directes : salaires, cotisations sociales, amortissement du matériel, coût d'obtention et de traitement des informations nécessaires. La condition de survie de l'entreprise de service implique qu'à terme le prix du service sur le marché soit au moins égal à ses coûts directs de production. Autrement dit, la valeur minimale d'un service donné ne doit pas être durablement inférieure à C's. Nous noterons cette valeur V's min.

Le second aspect est déterminé par l'effet externe du service. L'analyse de cet effet externe peut être faite en partant de deux critères, l'un est la question de l'effet lui-même, l'autre, celle de la durée de cet effet. Si nous examinons l'effet d'un service, on peut dire que schématiquement un service pourra avoir deux effets différents : l'un correspond à un avantage positif pour celui qui en bénéficie, c'est à dire que le service modifie les conditions de fonctionnement du système dans lequel il s'instaure, en conséquence, il y a modification des coûts dans ce système, nous exprimerons ce fait dans une notion d'effet externe du service qui peut s'exprimer par une comparaison entre le coût de fonctionnement passé et le coût de fonctionnement actuel.

Si nous appelons y l'effet positif du service sur le fonctionnement

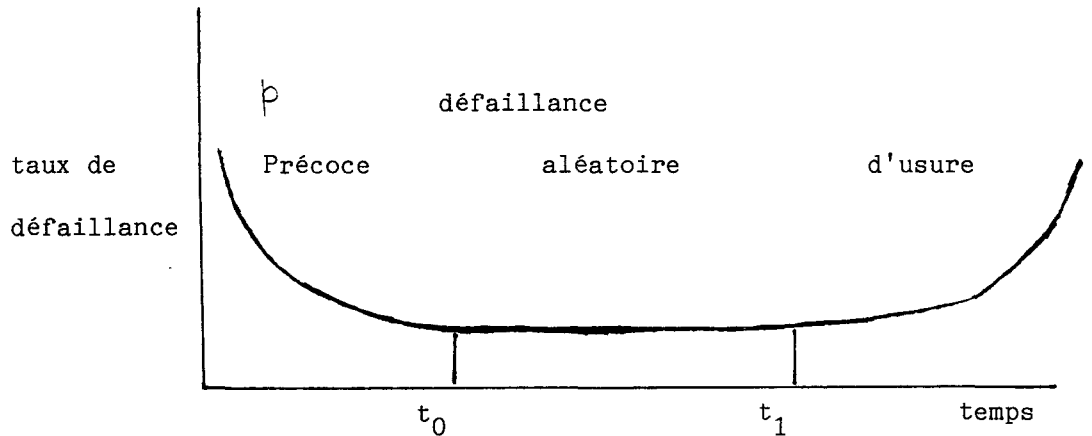
du système, nous pouvons écrire alors que :

$$y = \frac{C_{ft-1} - C_{ft}}{C_{ft} - 1}$$

La notion de coût de fonctionnement du système doit être comprise dans un sens très large, dans la mesure où ce coût peut être aussi bien le coût de production d'un bien, d'un service, le coût d'approvisionnement, le coût de distribution, le coût d'utilisation ou encore le coût de régulation.

Le second effet du service peut s'exprimer à partir d'une notion de non-coût. Autrement dit, le rôle d'un appel au service peut se concevoir comme étant le moyen dans un système donné de ne pas subir un risque (une certitude) de coût immédiat ou futur. On peut en effet concevoir tout système d'un point de vue économique comme étant la mise en mouvement de flux positifs, correspondant à des recettes et de flux négatifs correspondant à des coûts. Parmi les coûts, on peut distinguer schématiquement des coûts liés au fonctionnement même du système, à partir des différents intrants nécessaires, et des coûts de défaillance probable des différents éléments ou moyens qui composent ce système. La loi qui gouverne les coûts de fonctionnement peut être exprimée en fonction de la quantité d'output, selon des relations soit de stricte proportionnalité, soit de coûts croissants, soit de coûts décroissants. On sait que la théorie marginaliste a supposé que la rationalité économique impliquait que l'on fasse fonctionner le système jusqu'à la zone de coûts croissants. Le coût de défaillance peut s'exprimer en fonction du temps, il apparaît en effet comme un risque du futur. La théorie de la maintenance, qui s'est intéressée à cette question de la défaillance, considère trois types de défaillances : une défaillance précoce, due à la mise au point et à l'apprentissage d'un système qui dans son mode de

fonctionnement n'atteindrait pas d'emblée sa solution optimale, une défaillance aléatoire qui peut donc s'exprimer en termes de probabilité, une défaillance d'usure, due à l'utilisation. En conséquence, le taux de défaillance peut s'exprimer selon le temps et son allure suivrait le schéma suivant :



D'une manière générale, on peut alors admettre que le coût total d'un système, coût de fonctionnement et coût de défaillance, est à la fois fonction de la quantité d'output du système et du temps, cette fonction apparaît croissante au moins en fonction du temps, la probabilité d'une défaillance étant plus grande.

La proposition que nous venons d'énoncer n'est en fait rien d'autre que ce que la théorie de l'information appelle la loi d'entropie. La notion d'entropie s'exprime à partir de deux lois contradictoires de la thermodynamique dans un système fermé. La première loi établit que la quantité d'énergie reste constante dans un système fermé, la seconde que la qualité de cette énergie se dégrade de manière irréversible dans le temps. Autrement dit, interprété dans une logique d'analyse de systèmes, le fonctionnement d'un système se ferait nécessairement à coûts croissants, il serait donc nécessaire de réintroduire dans ce système une dose d'information positive pour lutter contre l'entropie du système. L'information est alors essentiellement conçue comme un principe d'ordre, il ne s'agit pas seulement d'unités d'information

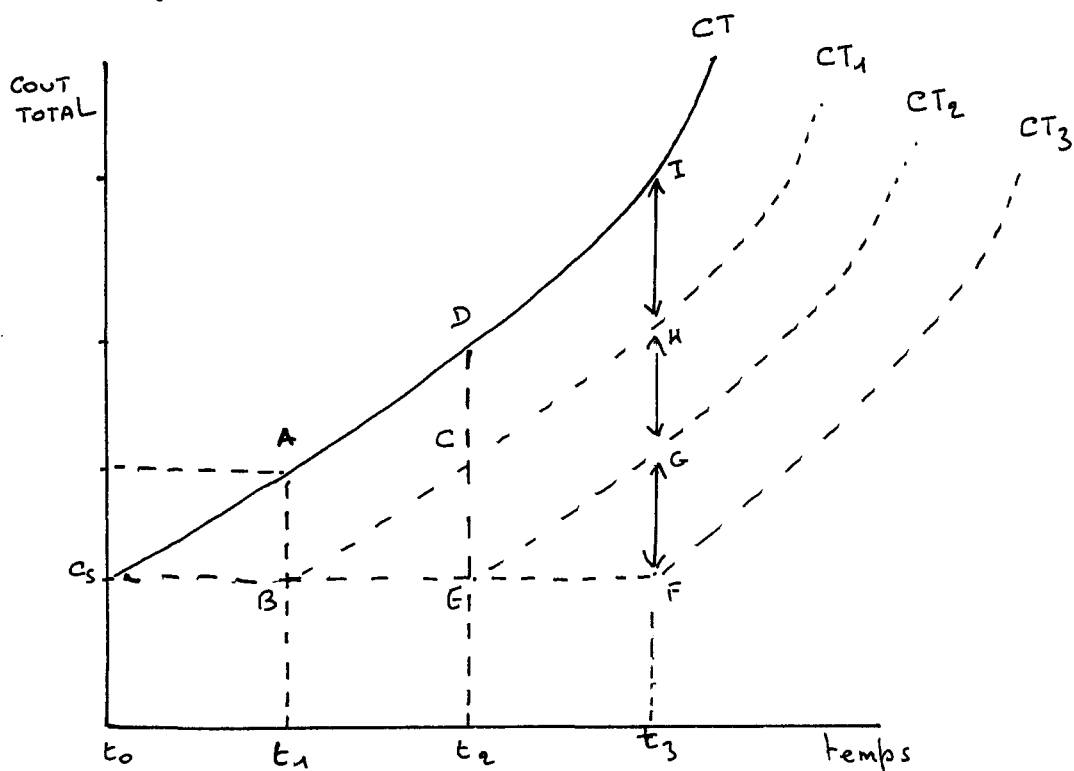
à transmettre (de masse et d'énergie), mais il s'agit aussi d'ordonner ces unités pour qu'elles aient un sens, et donc pour que la qualité soit maintenue. La théorie de l'information peut alors postuler que l'information est l'inverse de l'entropie.

L'hypothèse que nous sommes alors amené à faire est que les services sont dans un système autant d'actes, autant de mouvements qui ont comme rôle de donner un ordre au fonctionnement même du système. Ils ne sont pas de l'information mais ils sont porteurs d'une information ou d'un principe d'ordre.

Nous pouvons alors dire que le prix de ce service sera en relation avec le gain d'ordre que le service permet d'obtenir. La seule difficulté de la mesure de ce gain c'est qu'il ne correspond à aucun flux monétaire, ni d'entrée, ni de sortie. Il y a gain seulement relativement au désordre qui aurait pu se créer, si cet acte de service n'avait pas eu lieu. La difficulté de la mesure de cet effet externe du service tient justement à cette absence de flux monétaire. C'est par définition un effet non comptabilisé à partir des données monétaires.

Si nous voulons quelque peu avancer dans la problématique du prix du service, il devient alors nécessaire de reconnaître que les services doivent se distinguer en deux sous-ensembles. Le premier concerne des services qui ont un effet immédiat et non durable, ils doivent en conséquence être reproduits régulièrement pour que leur effet s'inscrive dans le temps, d'où la question de l'organisation de ces services comme un flux continu permettant d'assurer un effet dans la durée. De nombreux services, que ce soit de transport, de maintenance, d'intervention sont dans ce cas. Exprimés dans le cadre d'une théorie des coûts croissants du système, ces services peuvent alors être analysés comme la condition du retardement de cette loi des coûts croissants, en déplaçant la courbe des coûts croissants dans le temps.

Le schéma suivant représente de manière schématique cette problématique. Soit C_t une fonction de coût total croissante avec le temps ; $C_t = F(t)$. Sans intervention d'un service, en t_1 le coût serait en A, en t_2 en D, en t_3 en I. L'intervention d'un service, d'un coût C_s , a comme rôle de faire déplacer la courbe du coût. Le coût passe de A en B. L'écart A - B est le gain dû à l'intervention du service, ce gain C doit être supérieur à C_s pour que l'intervention du service soit efficace. Si le service n'est pas reproduit, la courbe d'évolution du coût suit alors la courbe $C_{t'1}$. Il faut alors reproduire le service en t_2 pour que de nouveau il y ait un effet de déplacement de la courbe, dès lors le coût total du système sera en E, au lieu d'être en C. Nous avons supposé dans le schéma que l'effet du service reste constant. L'efficacité de l'intervention du service peut aussi s'envisager comme étant décroissante, dès lors la loi des coûts croissants s'imposerait à terme, mais avec retardement. La problématique évoquée renvoie en fin de compte à celle de la comparaison d'une période sur l'autre du coût évoqué plus haut, incluant seulement le coût de défaillance du système.



Il existe néanmoins une autre situation qui correspond à un service dont l'effet est durable dans le temps. Ce service alors fonctionne comme un investissement. Il s'agit de comparer le coût du service, C_s , avec la variation de coût, ΔC , sachant que celle-ci devient un écart qui se reproduit régulièrement, que cet écart est croissant, dans la mesure où le taux de défaillance du système est supposé croissant avec le temps. La comparaison peut donc s'exprimer de la manière suivante :

en utilisant une formule d'intérêts simples

$$C_s \cdot i \cdot \Delta t < \sum_1^n \Delta C_1$$

$$\frac{C_s}{\sum_1^n \Delta C_n} < \frac{1}{i \cdot \Delta t}$$

ou en formule d'actualisation

$$C_s < \sum_1^n \frac{\Delta C_n}{(1+i)^n}$$

où i est le taux d'intérêt, t l'écart du temps pendant lequel le service réalisé à la période initiale a un effet positif. Cet écart est donc le temps d'immobilisation de l'argent représentant le coût du service. On s'aperçoit bien sûr que l'intérêt de faire appel au service suppose que la somme des effets actualisés soit supérieure au coût du service lui-même. Le prix maximum du service sur le marché sera donc donné par l'expression d'actualisation de la somme des effets, soit selon la formule traditionnelle d'actualisation $\sum_1^n \frac{\Delta C_n}{(1+i)^n}$ et que le prix minimum sera égal à C_s . Nous pouvons alors appeler y' cet écart qui représente donc le gain non monétaire d'un service.

$$y' = \sum_1^n \frac{\Delta C_n}{(1+i)^n} - C_s$$

D'une manière plus générale, la théorie de l'information peut sans doute permettre d'exprimer cette problématique. Soit N une série d'évènements qui risque d'arriver, $p = 1/N$ la probabilité d'apparition d'un évènement, p étant croissant avec le temps, la mesure de l'information selon l'équation de Shannon devient

$$Q_i = \sum_{i=1}^n p_i \log p_i$$

On doit supposer que dans le fonctionnement du système les p_i sont connus à partir par exemple d'un historique des défaillances. Le coût total et théorique devient alors $Q_i \cdot C_{mu}$, où C_{mu} est le coût moyen unitaire d'un évènement probable. L'intervention du service devient alors fonction de l'espérance d'apparition d'un évènement conduisant à un taux de défaillance croissant.

A partir de ces deux effets potentiels d'un service, un effet positif de productivité et un effet de non-coût, les deux aspects étant très proches l'un de l'autre, nous pourrions donc dire que la valeur maximale d'un service ($V_s' \text{ max}$) est égale à la somme de ces deux effets ($y + y'$). Cela signifie alors que l'offreur de service est capable de conserver intégralement les effets potentiels du service. Cela s'exprime alors par un salaire ou un profit d'autant plus élevé dans les activités de service que l'effet potentiel est élevé, il s'exprime aussi par un prix du service élevé. A l'opposé, la valeur minimale du service ($V_s' \text{ min}$) est égale à C_s , où dans le coût, les salaires et le profit doivent être compris selon le mode de fonctionnement social des activités de services, (selon les pays et selon les modes d'accumulation, selon également le salaire jugé socialement minimum). Dans ce cas le prix du service est relativement bas, la "productivité sociale" du service n'est pas entièrement mesurée dans l'ensemble des flux monétaires, même si d'une certaine manière ce prix relativement bas est une source de profit ou de salaires relativement élevés pour l'utilisateur du service.

La réflexion qui vient d'être menée ne permet sans doute pas de déterminer de manière stricte la valeur du service, telle qu'elle est observée sur le marché. Il s'agit plus d'une problématique de détermination de la valeur que d'une équation stricte de fixation de cette valeur. L'existence de cet écart où peut se fixer la valeur sur le marché

valeur sur le marché \bar{E} (V 's max, V 's min)

témoigne de la question sociale de valorisation des différents travaux. Les différents mécanismes de la fixation des salaires (conventions collectives), la présence plus ou moins abondante de certains métiers ou de certaines qualifications, les différents régimes juridiques dans lesquels se fixent les conditions et les normes de travail auront des incidences importantes dans la fixation de C_s . Les anticipations de l'avenir, la vision pratique et théorique des sources essentielles de coûts de non fonctionnement auront aussi des incidences importantes sur l'estimation de y comme de y' . La structure d'offre du côté des entreprises de services permettra à celle-ci de dominer plus ou moins le marché et de capter une part relative plus ou moins grande des gains potentiels. On sait par exemple que la faiblesse de la concurrence internationale dans le domaine de certains services peut rendre ce marché fortement dépendant de la présence de quelques entreprises de services dominantes, permettant ainsi d'avoir une politique de prix sur le marché relativement élevés. La relation de servuction, dans la mesure où elle implique une relation personnalisée, peut également rendre plus captif le client de l'offreur de service, notamment dans la mesure où le changement d'offreur peut supposer un coût élevé de mise au courant et d'adaptation du nouvel offreur.

L'analyse que nous venons de faire tend donc à montrer que

l'analyse de la valeur sur le marché doit tenir compte à la fois du coût de production interne du service et des effets de ce service. Cette double logique permet alors d'évoquer l'idée que le développement d'un service passera à la fois par la recherche d'une productivité interne à la production du service, déterminant le coût social de production d'un service donné, et par la recherche d'un effet externe, permettant de valider socialement le service auprès des utilisateurs.

2.3.3. Conséquences

L'approche que nous venons d'exprimer nous semble avoir quelques conséquences théoriques importantes sur la conception même de l'économie.

2.3.3.1. La généralisation de la problématique de la valeur de marché

La problématique que nous venons d'évoquer sur la fixation de la valeur sur le marché d'un service peut être généralisée.

En effet l'on peut dire d'une manière très générale que la valeur sur un marché correspond toujours à une double logique, celle de la production et celle de l'échange. Elle est toujours d'une certaine manière le compromis de ces deux logiques. De ce point de vue on pourrait donc l'appliquer à l'ensemble des échanges. Si certains services apparaissent poser cette question de manière plus spécifique, c'est d'abord parce qu'ils sont un processus, un mouvement, qui d'un certain point de vue n'a pas d'arrêt qui soit clairement déterminé, il n'y a pas une fin au processus dans le sens où la présence d'un produit physique (bien ou support) apparaît mettre un terme au processus. Dans le cas de certains services, l'action pourrait encore durer, l'arrêt du processus n'est pas techniquement déterminé. De plus, l'effet de cette action

n'est pas non plus circonscrit dans un espace et dans un temps figé. Mais il est vrai que la problématique peut concerner toute relation d'échange. Lorsque l'on dit (annexe 2) qu'une des caractéristiques de l'évolution actuelle des économies est qu'elles deviennent des économies de fonctions, cela signifie que la détermination de la valeur sur le marché tend à se faire à partir de l'idée d'accomplissement dans une norme de la fonction évoquée. (Dès lors cette valeur est indépendante en quelque sorte ou du moins elle impose sa logique à la valeur des différents moyens (biens, services et toutes les combinaisons) qui sont nécessaires à la réalisation de la fonction). Si chaque bien utilisé, si chaque service a bien une valeur déterminée à partir de sa logique de production, cette valeur doit bien s'inscrire dans la valeur acceptable d'accomplissement de cette fonction. Cette problématique n'est en fait qu'une forme de développement de ce que l'on appelle dans l'analyse industrielle l'analyse de la valeur (Value Analysis) qui cherche à sa manière à faire le passage entre les exigences et les logiques du marché et les exigences et les logiques de la production.

Certains services, ceux où la relation se dilue dans le temps et où cette dynamique du temps est un des aspects de l'engagement de l'offreur de service, ceux également où la place de l'utilisateur est forte dans la conception comme dans la production du service, sont particulièrement concernés par cette logique de l'échange, de la relation de "l'interactivité" pour reprendre l'expression utilisée par J.P.Valla dans les analyses de marketing de service (J.P.Valla, 82)

De ce point de vue la logique de la marchandise, telle que nous l'avons définie de manière stricte, est une sorte de sécurité,

dans la mesure où la responsabilité est strictement déterminée par les caractéristiques de cette marchandise, elle ne se dilue pas en quelque sorte dans l'utilisation de cette marchandise. Et c'est bien pour cela que la valeur sur le marché de cette marchandise pourra être conçue comme déterminée de manière précise par ses coûts de production et non par les effets de cette marchandise. La notion de service est de ce point de vue l'opposé en quelque sorte du bien ; le bien est un résultat figé, c'est sans doute pour cela que la théorie des classiques et de Marx pouvait postuler qu'un bien est du travail "cristallisé". La cristallisation implique bien une structure parfaitement définie et stable tout en étant "transparente". Le service alors est du domaine de la théorie de la fluidité, du changement, voire dans certains cas du flou, de ce qu'on ne connaît pas là où il commence et là où il s'arrête. La logique de l'entreprise dans la mesure où elle est une structure qui cherche une certaine permanence, qui cherche à rentabiliser de manière certaine les capitaux engagés, cherchera à transformer chaque service en une logique de marchandise et par là à préciser les contours de chaque produit - service offert sur le marché.

Ainsi à partir de cette interrogation sur la valeur d'un service il nous apparaît de manière plus précise que la problématique des services doit, de manière sans doute un peu contradictoire, se comprendre dans une double logique :

- d'une part, une logique du bien et pour être plus précis de la marchandise. De ce point de vue la logique d'évolution semble aller vers une transformation de tout service potentiel en une marchandise, dont la valeur se déterminerait à partir d'une dynamique de production, l'exigence portera sur la manière dont le

service rentrera dans une relation avec la matérialité. De ce point de vue il faut alors supposer que des formes multiples d'association biens - services, support matériel et services se mettront en place, permettant par la même une extension de la sphère économique de la marchandise.

- d'autre part, une logique de servuction, où l'opposition par rapport au bien est fondamentale, il s'agit alors d'une autre vision de l'économie, il s'agit d'un autre mode de relation, d'un autre mode de satisfaction des besoins, d'un autre mode de fixation de la valeur. Dans ce sens le service n'a pas de valeur en lui-même, mais par les effets qu'il a, dans ce sens le service n'est pas une fin, il est un mouvement.

Double logique dans laquelle s'insère le développement des services, il s'agit bien aussi d'une double vision de l'économie qui nous amène à en repenser en quelque sorte la conception même.

2.3.3.2. Valeur ou prix

Une seconde conséquence de la problématique que nous avons adoptée est de nous interroger sur la pertinence de l'utilisation d'une notion de prix d'un service. De manière plus précise, la question est de savoir si l'on doit utiliser une notion de prix unitaire d'un service, permettant en conséquence de parler aussi d'un volume de service ou seulement de la valeur d'un flux de service. Cette question est importante et nous l'avons déjà évoquée à propos des questions de productivité (annexe 5). L'analyse économique a donné une place tout à fait importante à la notion de volume de l'activité, cherchant ainsi à exprimer l'évolution des quantités physiques qui ont été produites pendant un temps donné. Cette notion de volume conduisant à distinguer dans l'évolution économique de manière précise ce qui serait du domaine du prix, expression monétaire de la vente d'une unité physique donnée, et de la quantité et de la qualité de chacune de ces unités. Sur

la base de cette distinction, il est alors possible de mesurer et de donner un sens à la notion de productivité, comme mesurant l'efficacité d'un facteur ou d'une combinaison de facteurs dans sa capacité à produire une certaine quantité (un certain volume) de cet output.

Dans le cas des services de la troisième catégorie, l'analyse que nous avons faite nous a conduit à déterminer la valeur sur le marché à partir des effets du service. Ceci nous conduit alors à montrer que ce qui est significatif ne peut être exprimé dans une notion de volume de service, au moins en toute rigueur. En effet, dans le cas de tels services, l'effet n'est pas nécessairement déterminé et strictement proportionnel à la durée et l'intensité du mouvement de service effectué. Même s'il est possible de mesurer une certaine quantité de facteurs de production engagés dans ce mouvement, cette quantité de facteurs ne détermine pas l'effet du service. Il y a une opération, qui en elle-même nécessite un certain temps, qui nécessite la mise en oeuvre de moyens et de travail et qui a un effet. Mais entre cette opération et une autre, le même temps passé et la même mise en oeuvre de moyens et de travail peuvent avoir des effets différents dans la mesure où les effets ne dépendent pas que de l'acte de production, mais aussi du système sur lequel le service exerce son action. La conséquence est qu'il est difficile à partir de là de définir une unité de service et donc de définir un prix à cette unité. Ceci veut dire qu'en toute rigueur la seule notion acceptable sera celle de la valeur de marché exprimée par analogie (et seulement par analogie) à prix courant ; il s'agit toujours de la somme d'argent qui est socialement allouée à cette activité de service. C'est cette somme qui apparaît donc comme significative. En conséquence il nous semble préférable de parler de la valeur de marché du

service, plutôt que du prix du service, en réservant strictement la notion de prix à des résultats individuellement identifiables.

Cette position apparaît aller à l'encontre des recherches faites pour porter un jugement économique pour apprécier l'économie en termes réels et échapper ainsi à ce qui peut être l'illusion des sommes monétaires en jeu. Plusieurs remarques doivent être faites pour préciser la position que nous prenons. Tout d'abord il y a quelque illusion, nous semble-t-il, notamment quand on raisonne à un niveau macroéconomique, de prétendre appréhender véritablement des volumes. Dans la réflexion que nous avons faite sur la productivité (annexe 5) nous avons essayé de montrer que toutes les analyses en termes de volume dès qu'il y a un minimum d'additivité de deux biens différents, même si cette différence est légère, nécessitent à leur base un système de prix relatif qui est à un moment donné le reflet d'un mode de valorisation sociale différenciée de différents travaux. En conséquence les comparaisons de volume ou leur addition ne sont strictement une expression des quantités que dans la mesure où il n'y a qu'un seul bien homogène dans le temps. La possibilité matérielle de compter les biens ne doit pas faire illusion sur le résultat des mesures de volume réalisées à partir d'un indice de prix sur une année de base. Dans cette recherche de mesure, il y a une partie de convention acceptée, de ce point de vue on peut trouver des conventions pour les activités de service permettant alors d'effectuer des calculs. Par exemple, une notion de temps de déroulement du processus d'activité de service peut fournir une solution satisfaisante.

La seconde remarque est sans doute plus fondamentale; en définissant les services comme une action dans un système, il devient alors clair que le lieu où la mesure doit s'effectuer ne se situe

pas au niveau de l'effecteur, mais au niveau du système. La vitesse d'une transmission hydraulique ou électronique dans une machine-outil n'a de l'importance que dans la mesure où elle affecte négativement ou positivement la vitesse de coupe par exemple. Autrement dit, la nécessité de mesurer la "réalité" de l'économie, et non seulement son expression monétaire, peut être maintenue à condition de situer cette nécessité là où elle doit effectivement se trouver. Bien entendu une telle position fondamentale ne résoud pas toutes les difficultés ; elle conduit seulement à reconnaître que les formes prises par la division du travail, déterminant les formes élémentaires de l'activité et les différentes branches, ne peuvent à elles seules permettre une compréhension exhaustive de la "réalité" économique. C'est au niveau de sous-ensembles significatifs que cette question de la production réelle devrait être analysée.

La troisième remarque conduit à reconnaître qu'au niveau de la logique d'entreprise et donc de la mobilisation rentable de moyens et de travail, la question de l'efficacité de cette mobilisation se pose et donc qu'il devient nécessaire d'avoir des indicateurs de cette efficacité. Mais alors une analyse de la situation concrète de chaque entreprise doit permettre de préciser ces indicateurs. L'objectif n'est pas alors celui d'une agrégation, ni même de connaître le niveau absolu de cette production réelle, mais d'apprécier les tendances d'évolution de cette production et par là de l'efficacité de la mobilisation des facteurs.

En conclusion, il ne s'agit pas de refuser la mesure en termes réels, à propos de certains services, mais surtout de montrer que cette mesure ne peut avoir de signification qu'au niveau du système où le service a son effet. Au sens strict, le prix d'un service unitaire et le volume de ce service ont peu de signifi-

cation, même si des indicateurs peuvent être calculés.

2.3.3.3. Valeur d'un service et flux monétaire

En utilisant une notion de valeur sur le marché, nous avons fait l'hypothèse que cette valeur correspondait au flux monétaire qui est échangé entre les deux contractants, ce flux monétaire pouvant d'ailleurs se fractionner ou être reproduit pendant plusieurs années de suite. Ce flux monétaire n'est pas l'expression exacte de la valeur du service puisque nous avons dit qu'il se situait dans un écart entre la valeur minimale et la valeur maximale. Chaque fois que le service passe par un effet d'économie chez l'utilisateur, il s'ensuit que la valeur du service ne s'exprime pas par un flux monétaire. Il n'y a donc ^{pas} de ce point de vue similitude entre la valeur d'un service au sens strict et sa valeur sur le marché et ceci est bien la conséquence directe de la place qu'a un service dans le système économique. Les flux strictement monétaires et la comptabilité nationale par voie de conséquence ne peuvent pas exprimer toute la réalité de la valeur d'un service. La conséquence en est bien une vision un peu différente de l'économie, qui ne s'exprime pas que par des relations monétaires et marchandes. Si celles-ci sont tout à fait fondamentales pour comprendre la dynamique des économies, il faut aussi introduire d'autres dimensions (Giarini 87).

2.4. CONCLUSION

Le premier chapitre nous avait conduit à chercher à préciser une définition du service relativement générale, puisqu'elle doit pouvoir s'appliquer à n'importe laquelle des formes sociales de réalisation de cette activité. Le présent chapitre en posant la question de la

marchandise et du prix du service a donc cherché à préciser et à spécifier cette définition dans la relation monétaire qui se noue à l'occasion de certains types de prestations de service , organisées comme activités juridiquement indépendantes. Nous avons cherché à montrer que ces relations ne pouvaient pas s'analyser uniquement et totalement à partir de la notion de marchandise, même si celle-ci est un des aspects possibles et potentiels des prestations de service . S'il y a donc des spécificités de l'économie des services, avec toutes les conséquences que cela peut avoir, l'analyse nous a suggéré que cette spécificité provenait essentiellement de l'analyse de la place des services dans le système productif. C'est à préciser cette place que seront consacrés les chapitres suivants.