

La maximisation des profits au banc des accusés

Claude Germain

Volume 47, numéro 2, juillet–septembre 1971

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1003923ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1003923ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (imprimé)

1710-3991 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Germain, C. (1971). La maximisation des profits au banc des accusés. *L'Actualité économique*, 47(2), 211–224. <https://doi.org/10.7202/1003923ar>

La maximisation des profits au banc des accusés

Ce grand mobile qui remplace tous les autres, cet ersatz parfait, cette drogue pour tous ceux qui au fond ne cherchent rien.

J.M. Keynes

... l'hypothèse de maximisation des profits, ce mélange de tautologie, de vérité et d'erreur.

Paul A. Samuelson

La cour était spécialement bruyante ce matin-là. Mais au lieu des juges, avocats et greffiers, on pouvait y voir des acteurs inhabituels : économistes de toutes les Écoles, spécialistes de l'administration, comptables. Le mot *profit* fusait de toutes parts. Curieusement, les hommes d'affaires n'étaient pas présents à ces assises. Des jeunes gens allaient d'un groupe à l'autre tâchant de saisir au passage quelques bribes de ces conversations passionnantes. Un philosophe, égaré par mégarde au balcon du public, s'attarde quelques instants et contemple cette assemblée mouvementée. Prêtons l'oreille avec lui.

*

*

*

Il n'y est pas question de l'analyse des répercussions sur la société, sur les groupes sociaux ou l'inégalité sociale, du fait de l'existence des profits et du motif de la recherche du profit comme guide de l'activité économique. Le sujet de discussion concerne plutôt la relation entre la pratique industrielle, d'une part, et l'hy-

pothèse analytique dans la théorie de l'entreprise, d'autre part. D'un côté, dans l'élaboration des modèles, on suppose généralement que l'entreprise cherche à maximiser son profit et, de l'autre côté, on entend dire que cette supposition est simpliste, qu'elle est fautive, ou qu'elle n'est pas opérationnelle. Y a-t-il une conciliation possible entre ces positions ? Le problème en est un d'interprétation. C'est en situant le point de vue de chacun que l'on réussira peut-être à faire le pont entre ce qu'enseigne la théorie économique, ce qu'enseignent les sciences administratives et la pratique industrielle.

Au moins trois causes expliquent l'ambiguïté et les divergences de vues à propos de l'objectif de maximisation du profit :

- 1) la diversité d'interprétation du terme, reliée à la multiplicité des mesures qu'on en donne ;
- 2) les conditions dans lesquelles la maximisation est recherchée à court terme ou à long terme ;
- 3) la nature même de l'objectif :
 - est-ce une description réaliste du comportement des firmes ?
 - est-ce une norme ou un critère de décision ?
 - est-ce purement une supposition analytique dans la construction de modèles sur le fonctionnement des marchés ?

1) Mentionnons brièvement quelques-unes des notions de profit en vigueur. La notion de profit correspond en marketing à la notion de marge brute, en comptabilité, à la notion de revenu net d'une période, en finance, au taux de rendement sur l'investissement, en économique, à un gain résiduel.

Nous n'allons pas retracer ici l'évolution du concept en théorie économique : ceci a été fait par plusieurs économistes. Examinons plutôt quelques-uns des problèmes rattachés à la mesure du profit. Celle-ci est pour une large part le résultat de décisions administratives. Les problèmes de l'évaluation du profit sont dus en partie à la nécessité d'une mesure quantitative. Le profit doit d'abord être un *concept opérationnel* au sens de « mesurable » ou calculable. Selon Boulding, « La détermination du profit dépend d'un système d'évaluation permettant de mesurer les changements dans la valeur nette d'une entreprise. » Selon Spencer et Siegelman également, le profit résulte de la différence dans la valeur au comptant (réalisable)

de la firme au début et à la fin d'un exercice. Quatre problèmes se posent alors, où interviennent des décisions :

- l'évaluation des actifs intangibles ou non monétaires comme l'*achalandage* ;
- les ajustements comptables dus au fait que la firme a une *activité continue* : elle vit avant l'exercice comptable, et lui survit. L'allocation des coûts est arbitraire. Des coûts actuels sont encourus pour les bénéfices futurs : par exemple, ceux de la fonction « recherche et développement » ;
- les *inventaires* : dans un contexte inflationniste, la méthode L.I.F.O. conduit à une sous-estimation des profits, la crainte de l'impôt également ;
- la *dépréciation* : celle-ci doit être accélérée autant que possible.

Dans la mesure où ces décisions réduisent les profits présents, elles tendent à accroître la réalisation de profits futurs. Les anticipations ont donc un certain rôle à jouer ici.

2) Une autre source de difficultés dans l'évaluation du profit est attribuable à la période de temps qui convient. Car le profit doit aussi être, dans l'optique administrative, un concept opérationnel au sens « pratique » ou « utilisable ». L'objectif de maximisation des profits ne peut avoir de signification pratique que par référence à une période de temps spécifique. Les formes institutionnelles de la firme sont à considérer. Dans le cas de la firme individuelle, la période de planification s'identifie à la vie du propriétaire. Mais avec la corporation moderne, la firme survit à ses administrateurs et son horizon peut sembler très, très lointain. Le problème demeure cependant de savoir quelle partie de ce futur doit entrer en considération. On décèle ici une certaine contrariété : d'une part, plus loin est l'horizon et plus globale sera l'inclusion de tous les profits futurs ; d'autre part, plus loin est l'horizon et moins « certains » seront les estimés de ces profits futurs. Donc, le calcul des profits futurs doit être limité à une période de temps qui permette une précision suffisante pour rendre ces calculs fiables et utiles, et guider l'administrateur dans ses décisions. On doit donc admettre, temporairement, que l'objectif du profit est, pour une majorité de firmes, un objectif à *court terme*.

La définition du revenu (profit) donnée par J.R. Hicks est utile à quelqu'un qui veut décider combien dépenser ou consommer dans le présent par rapport au futur. Selon Hicks, le revenu d'un homme est la valeur maximale qu'il peut consommer dans une semaine, et espérer demeurer aussi riche à la fin de la semaine qu'au début (voir *Value and Capital*, 1939).

Selon M.J. Gordon ¹, cette définition n'est utile qu'en supposant l'avenir certain et un horizon infini. Avec l'incertitude, le revenu (profit) réalisé au cours d'une période est déterminé en grande partie par le changement dans nos expectatives. Le revenu est alors égal à une recette de caisse, plus ou moins la valeur présente du changement attendu dans les recettes futures.

Retenons un principe important souligné par Gordon : dans tous ces problèmes de mesure, ce que l'on mesure doit dépendre de ce pour quoi on veut mesurer. Par exemple, on peut vouloir connaître le profit ou le revenu d'une personne ou d'une firme pour d'autres fins que de savoir si elle a fait un choix judicieux, un investissement rentable. (On ne le saura jamais qu'après coup.) En particulier, on aimerait savoir avec quelle efficacité un fermier administre les ressources à sa disposition. À cette fin, il faut distinguer les éléments sous son contrôle de ceux qui ne le sont pas. Si un fermier est déjà propriétaire d'une ferme, la valeur de sa récolte est la seule mesure de son revenu. Y inclure des gains ou pertes de capital changerait le sens de la mesure. Ce principe de « plusieurs problèmes — plusieurs mesures » est abondamment illustré dans l'ouvrage de Edwards et Bell ².

3) En ce qui concerne la nature même de l'objectif de maximisation des profits, on peut opérer une dichotomie entre, d'une part, le principe de maximisation lui-même et, d'autre part, l'objectif du profit choisi parmi tous les objectifs possibles. Deux grandes catégories de critiques de l'hypothèse de maximisation des profits sont ainsi mises à jour : l'une portant sur l'acte de maximisation, l'autre, sur l'objet du profit.

1. Myron J. Gordon, « An Economist's View of Profit Measurement », dans : *Profits in the Modern Economy*, par H.W. Stevenson et J.R. Nelson, University of Minnesota Press, 1967.

2. E.D. Edwards et P.W. Bell, *The Theory and Measurement of Business Income*, University of California Press, 1961.

A) Une multiplicité d'objectifs

Cette première catégorie de critiques dénonce la simplicité outrancière de l'objectif unique du profit. Les firmes réelles ont plusieurs objectifs qui ne peuvent pas tous être englobés sous le vocable de maximisation du profit³.

C'est presque un cliché de rappeler ici les études de Berle et Means qui ont souligné l'importance de la séparation entre la propriété et le contrôle dans la corporation⁴. Les actionnaires qui sont intéressés aux profits ont un contrôle très restreint sur les décisions qui affectent le niveau des profits. Par ailleurs, les hauts fonctionnaires, qui sont responsables du contrôle et de la prise de décision, ont des fonctions d'utilité où la recherche du profit maximal n'entre pas nécessairement. Les dirigeants d'entreprises veillent aussi à leur prestige et celui-ci n'est pas seulement fonction du niveau des profits. La croissance de la firme et le volume total des ventes sont aussi des objectifs liés au prestige. Le désir d'une vie tranquille souligné par Harrod peut entrer en conflit avec la maximisation des profits. Bref, les motivations des administrateurs sont complexes et mal résumées dans cette hypothèse unique et simpliste. Je cède maintenant la parole à un homme qui peut se dire responsable du plus grand nombre d'appels à la minute, et qui porte bien son nom, F.R. Kappel, président de l'American Telephone and Telegraph : « ... I hope I have made clear how important I think profit is. But it doesn't wrap up everything. ... I would like to enumerate fifteen criteria that seem useful to me for judging whether any business is currently doing the things that build vitality. »⁵ Pour la suite de l'histoire, il faut bien sûr lire l'ouvrage de Kappel. Ses critères sont le résultat de dix années de recherches au sein d'un cours pour directeurs d'entreprise. Nous énumérerons rapidement quelques-uns des objectifs autres que le profit. On

3. Pour un résumé de la documentation sur cette question on consultera : Fritz Machlup, « Theories of the Firm : Marginalist, Behavioral Managerial », *American Economic Review*, mars 1967.

4. A.A. Berle et G.C. Means, *The Modern Corporation and Private Property*, Édition révisée, 1967.

5. Frederick R. Kappel, *Vitality in a Business Enterprise*, McGraw-Hill Book Co., Inc., 1960. Citation reproduite dans C.L. Harriss, *Selected Readings in Economics*, 2e édition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J., 1963, p. 41.

peut adopter ici le classement de Michael White⁶ et distinguer objectifs externes et objectifs internes.

1) Objectifs externes

a) *La maximisation des ventes.* Les objectifs de marché viennent en premier lieu. Une meilleure position de marché peut signifier soit un plus grand volume de ventes, soit une plus grande valeur des ventes, et peut être formulée en termes de pourcentage du marché. Le principal modèle à retenir ici est celui de Baumol⁷.

b) *La création d'une image.* — On peut dire que le rôle des administrateurs se divise en quatre étapes :

- i) découvrir la nature des images présentes de la firme aux yeux des clients, fournisseurs, concurrents, et des gouvernements ;
- ii) déterminer quels types d'images la firme veut susciter auprès de ces groupes ;
- iii) déterminer les actions à prendre dans ce but ;
- iv) peser les coûts et les bénéfices comparés de ces programmes.

L'orientation nouvelle de la gestion commerciale intégrée recouvre ces quatre étapes⁸.

c) *Le pouvoir ou la domination.* — Le profit est à la fois la source et le résultat du pouvoir de la firme sur son environnement. L'existence de ce pouvoir est reliée au degré de monopole. Les tribunaux qui appliquent la loi anti-trust aux États-Unis ont distingué entre l'existence du pouvoir de monopole et l'exercice de ce pouvoir. Le monopole sera toléré aussi longtemps qu'il ne restreint pas le commerce de façon exagérée. Ce qui est certain, c'est que plus la firme devient considérable plus son pouvoir s'étend au domaine politique. (On pense ici à la United Fruit qui est un empire qui dépasse les cadres d'un simple groupe de pression. Que l'on pense aussi à la confrontation entre les géants de l'acier et le gouvernement américain.) D'un intérêt particulier est la question de la grande firme plurinationale sous toutes ses formes⁹. Les

6. M. White, « Multiple Goals in the Theory of the Firm », in : K. Boulding et Spivey, *Linear Programming and the Theory of the Firm*, 1960.

7. W.J. Baumol, *Business Behavior, Value and Growth*, édition révisée, Harcourt, Brace & World, Inc., New York, 1967.

8. Voir Philip Kotler, « La doctrine du marché et le profit », *Synopsis*, décembre 1965.

9. On consultera à ce sujet le numéro spécial de *L'Actualité Économique*, 46^e année, n° 4, janvier-mars 1971.

situations de conflits et de souveraineté que cette question entraîne commencent à faire l'objet d'études systématiques¹⁰.

2) Objectifs internes

a) *Objectifs de production.* — L'efficacité est ici l'objet principal. Le terme efficacité peut vouloir dire bien des choses cependant. Du point de vue économique, la notion d'efficacité est reliée à la notion d'optimum. Encore faut-il définir de quel optimum il s'agit. La firme est techniquement *plus ou moins efficace* selon qu'elle parvient à produire un output plus ou moins grand à partir de ressources données. En d'autres termes, et de façon symétrique, on dit que la firme produit de façon optimale — le plus efficacement possible — si elle parvient à obtenir un niveau de production donné à l'aide du minimum de ressources, c'est-à-dire au coût le plus faible possible. Comme le dit Peter Wiles, « *Efficiency, meaning low real cost, is the micro-economic duty of man.* »

Ce principe économique général est à l'œuvre dans tous les secteurs de l'activité humaine où la rareté des ressources existe¹¹. La question importante qui se pose, à l'intérieur de la grande firme ayant plusieurs subdivisions, est de savoir comment concilier les objectifs de chaque département dans un tout cohérent pour obtenir un optimum global. Ce problème est lié à celui de la sous-optimisation inévitable dans plusieurs cas. À ce sujet, on consultera l'exposé de Miller et Starr¹², ainsi que Charles Hitch¹³. Signalons aussi la diversité des optimums possibles pour la firme analysée par Max Peyrard¹⁴.

b) *Objectifs financiers.* — Ceux-ci ont trait à la variété des buts visés par ceux qui sont responsables du *capital budgeting* dans l'entreprise. La firme peut désirer conserver un équilibre stable

10. Voir en particulier : I.A. Litvak et C.J. Maule, « Conflict Resolution and Extraterritoriality », *The Journal of Conflict Resolution*, septembre 1969.

11. D'un intérêt spécial en comptabilité, mentionnons l'ouvrage de L.R. Amey : *The Efficiency of Business Enterprises*, Londres, George Allen et Unwin, 1969.

12. D.W. Miller et M.K. Starr, *Executive Decisions and Operations Research*, ch. 3, « Executive Objectives », pp. 33-53.

13. Charles Hitch, « Suboptimization in Operations Research », *Journal of the Operations Research Society of America*, mai 1963.

14. André Piatier, et autres, *Les formes modernes de la concurrence*, Gauthier-Villars, Paris, 1964. Ch. V, « Dimension de l'entreprise et concurrence ».

dans les rapports de différents postes de son bilan et de son état de pertes et profits. Mais les objectifs financiers internes doivent être rattachés aux objectifs externes, à la politique d'investissement de la firme, à son plan de croissance, au désir de maintenir le contrôle de ses opérations ¹⁵.

Pour conclure provisoirement cette section, on peut distinguer l'objectif de la firme, d'une part, et la fonction de l'entrepreneur ou du management, d'autre part. Il n'y a pas de nécessité à affirmer que la seule fonction de l'entrepreneur est la recherche de la maximisation des profits. On peut au contraire envisager que sa fonction est celle d'un arbitre des pressions qui s'exercent à partir des différents départements : vente, production, trésorerie, et des groupes tels que le syndicat des employés, les actionnaires, le gouvernement. Ceci ne contredit pas l'objectif global de la survie de la firme dans un contexte compétitif, survie assurée par le critère de maximisation des profits au sens d'une *tendance* vers la maximisation de ces profits ; et ceci principalement parce que la croissance de la firme dépend en partie de ses résultats en termes de profits (cf. autofinancement) ¹⁶. Nous reviendrons sur ce point plus loin (cf. B section b).

B) Maximisation ou satisfaction : la place de l'incertitude

La seconde catégorie de critiques porte sur l'idée même de maximisation. Selon cette critique, on ne peut espérer qu'atteindre des objectifs *satisfaisants*. Le processus de décision est subdivisé dans l'entreprise, et on n'arrive jamais à une solution vraiment *optimale*, mais seulement satisfaisante, en regard de certains critères de réussite (*standards of performance*), et en tenant compte de l'incertitude. Le nom de Herbert Simon est rattaché à cette thèse.

a) Le « Satisficing »

L'idée que les firmes sont guidées par la satisfaction au lieu de la maximisation est le fruit d'un mode de pensée behavioriste

15. Il y a tout un travail d'intégration à faire dans l'analyse de la croissance de la firme avec ses nombreux aspects du financement, comme le soulignait Jacques Parizeau au cours d'une conversation récente.

16. Pour une explication de ce point de vue, voir Richard Caves, *American Industry, Structure, Conduct and Performance*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., 1964.

axé sur l'observation du comportement de firmes concrètes. Elle possède donc un fondement réaliste. Il y a sûrement des conflits dans les différentes échelles de préférence de plusieurs administrateurs d'une même firme : l'un veut maximiser les ventes, l'autre, la position liquide de la firme, un autre, la qualité du produit, un autre, minimiser les coûts... à tout prix (!). Il y aura donc forcément un compromis, c'est-à-dire une solution sous-optimale. Cette nécessité tient aussi au fait que l'acquisition de l'information sur les situations possibles d'une firme est coûteuse. On doit donc arrêter le processus d'estimation quelque part ; et on se contentera d'un niveau de profits jugé satisfaisant. Mais qu'est-ce qui définit le niveau d'opération, c'est-à-dire le niveau de profit vers lequel on tend ? Et si ce niveau d'aspiration est constamment rajusté vers le haut, qu'est-ce qui différencie la satisfaction de la maximisation ? Voilà une question embêtante. Boulding a fait remarquer que le principe de satisfaction ne fait que limiter le champ des possibilités ouvertes. Il ne dérange en rien le principe qui veut que nous nous arrêtions, dans le choix d'un menu, sur le plat le meilleur parmi tous les plats envisagés. Il semble donc en définitive que l'idée du *satisficing* soit d'insister sur une contrainte particulière dans les choix économiques : la limite du temps ! Afin d'ébranler encore les partisans du *satisficing*, citons cette observation dévastatrice de Jerome Rothenberg :

« Il est difficile de trouver un contenu spécifique à cette notion [de satisfaction] autre que l'idée de maximisation sujet à certaines contraintes [tacites ou implicites]... telle la contrainte du coût de l'information ou de l'évaluation, ou celle des conflits interpersonnels [dans le contexte de la théorie de l'organisation] »¹⁷.

b) L'incertitude

Les firmes dans la pratique évoluent dans un contexte où les possibilités de profits de différentes décisions sont connues imparfaitement, et où elles font face à des fonctions de distribution d'une série d'alternatives probables. Dans tous ces cas, l'objectif de maximisation des profits ne peut pas servir de critère de décision.

¹⁷. Jerome Rothenberg : « Values and Value Theory in Economics », dans : S.R. Krupp, *The Structure of Economic Science*, Prentice-Hall, 1966, n° 10, p. 232.

Cet aspect du problème a été souligné avec force par Alchian¹⁸ et Enke¹⁹ en 1950 et 1951 respectivement. Ces deux contributions ont été ignorées par les auteurs de manuels durant près de vingt ans. En deux mots, cet argument nie que le *désir* ou la motivation de maximiser les profits soit une *norme de comportement* valable dans toute situation où le futur est incertain. À court terme, l'économiste ne peut donc rien prédire sur le comportement de la firme. À long terme cependant, le *principe de sélection naturelle* tendra à maintenir la survivance des seules firmes qui sont parvenues, par chance et aussi à l'aide d'une bonne administration, à obtenir une situation optimale sur le marché et à réaliser les profits nécessaires à leur survie.

Dans la réalité, chaque décision ne conduit qu'à un résultat unique. Mais les entrepreneurs, conscients de l'incertitude, imaginent en général une série de résultats *possibles* pour chaque décision. Rappelons brièvement le problème de choix qui se pose pour un entrepreneur devant l'alternative suivante : investir dans A ou investir dans B. Le projet A peut, dans l'esprit de l'entrepreneur, résulter soit dans un profit de 50,000 dollars, soit dans une perte de 25,000 dollars. Après avoir assigné des probabilités subjectives à ces deux possibilités, le profit moyen attendu est de 25,000 dollars. Quant à B, le choix peut résulter en un gain de 90,000 dollars, ou une perte de 90,000 dollars ; mais avec un profit moyen anticipé de 30,000 dollars. Si la crainte d'une grosse perte est un déterminant puissant du comportement, l'entrepreneur choisira le projet A. Si le goût du risque domine son action, il choisira B. En résumé, face à une série de choix possibles, un entrepreneur ne doit pas considérer seulement la moyenne (ou l'espérance mathématique) des résultats, mais aussi la *dispersion* de ces résultats à la moyenne. Cette règle de conduite est une première approximation en attendant que les travaux récents sur la théorie de l'utilité donnent des résultats utiles aux administrateurs dans la prise de décision²⁰. Ces considérations ont aussi un rapport avec

18. Armen A. Alchian, « Uncertainty, Evolution and Economic Theory », *Journal of Political Economy*, 1950.

19. Stephen Enke, « On Maximising Profits : A Distinction between Chamberlin and Robinson », *American Economic Review*, septembre 1951.

20. On consultera à ce sujet les articles reproduits du *Harvard Business Review* dans la collection *Statistical Decision Series*.

la théorie de l'oligopole : devant le manque d'information sur la réaction et la politique des rivaux, il est difficile de formuler une politique de prix et de quantité pour la firme. Un économiste peut difficilement prédire les actions d'une firme s'il ne possède pas cette information, ou s'il ne connaît pas la distribution des probabilités subjectives de l'entrepreneur.

*
* * *

Mais là ne s'arrête pas le débat, car il faut signaler quelques-unes des réponses opposées aux critiques de la maximisation des profits. Il y a deux défenses principales.

a) *La position méthodologique de Friedman*

Milton Friedman nie tout simplement le bien-fondé des critiques précédentes en ce qu'elles se rapportent à ce qui se passe à l'intérieur de la firme, c'est-à-dire au processus de prise de décision, et qu'elles s'attaquent au degré de réalisme des suppositions d'un modèle, alors que le théoricien se donne les suppositions qu'il veut.

Friedman insiste sur le fait que ce qu'on appelle la théorie de la firme est en réalité une théorie des marchés, où l'on étudie le comportement agrégé des firmes dans différentes situations de marché. La valeur de l'hypothèse de maximisation des profits, dans ce contexte, se juge aux prédictions. Néanmoins, la position de retranchement adoptée par Friedman n'est pas inattaquable. Comme l'observe Winter, Friedman entoure d'un bouclier l'hypothèse de maximisation des profits et rejette à priori toute évidence qui va à l'encontre de la supposition qui joue, selon lui, un rôle purement analytique²¹. Mais, outre le critère de *simplicité*, Friedman propose aussi le critère de *richesse*, dans le choix des hypothèses. Or, on doit admettre ici que sur ce plan, restreindre le champ d'application de la théorie de la firme aux phénomènes de marché s'oppose à une démarche qui accroîtrait le contenu de la théorie de la firme et proposerait de nouvelles avenues de recherche. Le cloisonnement si déplorable entre la théorie économique, d'une part, et l'économie de l'entreprise, d'autre part, serait-il attribuable à la prise de position

21. Sydney G. Winter, Jr., *Economic "Natural Selection" and the Theory of the Firm*, Yale Economic Essays, printemps 1964, p. 225.

méthodologique du grand maître de l'École de Chicago ? Nous laissons la question en suspens.

b) *L'argument de la sélection naturelle*

Si l'économiste ne peut pas prédire le comportement d'une firme individuelle à court terme, il ne s'ensuit pas qu'il ne peut pas prédire le comportement d'un groupe de firmes à long terme. Dans un contexte compétitif, qui est celui d'une lutte pour la survie, certains types de comportement deviendront plus ou moins viables à la suite d'un changement de l'environnement, c'est-à-dire d'un changement technologique ; et l'on peut prédire les caractéristiques des firmes survivantes. Dans un modèle où les entreprises sont adoptées par l'environnement, la chance, tout autant que l'efficacité de l'administration consciente, joue son rôle. En effet, puisque l'environnement change de façon rapide et inattendue, certaines entreprises mal administrées survivront, et d'autres, bien administrées, disparaîtront.

*
* *
*

Ce dernier argument laissa plusieurs participants perplexes. Ils étaient par ailleurs moins nombreux qu'au début. Et, comme les assises allaient se terminer, on entendit, venant du balcon, une voix jaillir au-dessus de l'assistance étonnée : « Nos prévisions sont imparfaites », dit le philosophe. La stupeur initiale fit place au calme. Chacun rentra chez soi sans autre forme de procès, méditant cette pensée qui les réconciliait. Sur la rue, des hommes et des femmes s'affairaient à des occupations *profitables*.

Claude GERMAIN,
École des Hautes Études commerciales (Montréal).

BIBLIOGRAPHIE SUPPLÉMENTAIRE *

- ARCHIBALD, G.C., « Profit-Maximizing and Non-Price Competition », *Economica*, février 1964.
- ALCHIAN, A.A., « Uncertainty, Evolution & Economic Theory », *Journal of Political Economy*, juin 1950, pp. 211-221. Reproduit dans : R.B. Heflebower & G.W. Stocking, éditeurs, American Economic Association, *Readings in Industrial Organization & Social Policy*, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, 1958.
- ALCHIAN, A.A. « The Basis of Some Recent Advances in the Theory of Management of the Firm », *Journal of Industrial Economics*, novembre 1965.
- BAUMOL, William J., « The Firm and Its Objectives », chapitre 13 de son ouvrage : *Economic Theory and Operations Analysis*, 2e édition, Prentice-Hall, 1965.
- CAVES, Richard, *American Industry : Structure Conduct, Performance*, 1964, Prentice-Hall, chapitre 1 surtout.
- CHAMBERLAIN, Neil W., *The Firm : Micro-Economic Planning and Action*, 1962, chapitre 4 : « Objectives and Targets », chapitre 5 : « Secondary Goals ».
- CHAMBERLIN, Edward Hastings, *The Theory of Monopolistic Competition*, 7e édition, 1956, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- CYERT, R.M. & MARCH, J.G., *The Behavioral Theory of the Firm*, Prentice-Hall, 1963, chapitres 1, 2 et 3.
- DORFMAN, Robert, *The Price System*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J., 1964.
- ENKE, S., « On Maximizing Profits : A Distinction between Chamberlin and Robinson », *American Economic Review*, septembre 1951, pp. 566-578.
- FELLNER, W.J., *Probability & Profit. A Study of Economic Behaviour along Bayesian Lines*, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, 1965.
- KATONA, George, « Rational Behavior and Economic Behavior », dans : Perry Bliss, éditeur, *Marketing and the Behavioral Sciences*, 1963.
- KNIGHT, Frank, *Risk, Uncertainty and Profit*, Houghton Mifflin Co., New York, 1921, London School of Economics, reprint n° 16, London, 1957.
- MARGOLIS, Julius, « The Analysis of the Firm : Rationalism, Conventionalism & Behaviorism », *Journal of Business*, juillet 1958.
- MC GUIRE, J.W., *Theories of Business Behavior*, Prentice-Hall, 1964, chapitres 2, 3, 4, 5.
- MILLER, D.W. & STARR, M.K., *Fonction de direction et recherche opérationnelle*, Dunod, Paris, 1964, chapitre 3.

* Les articles et ouvrages cités dans le texte ne sont pas répétés ici.

L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE

- NORDQUIST, Gerald L., « The Breakup of the Maximization Principle », *Quarterly Review of Economics & Business*, automne 1965.
- ODHNOFF, J., « On the Techniques of Optimizing and Satisficing », *Swedish Journal of Economics*, vol. LXVII, no 1, mars 1965.
- PAPANDREOU, A.G., « Some Basic Problems in the Theory of the Firm », dans : B.E. Haley, éditeur, *A Survey of Contemporary Economics*, 1952, pages 205 à 213 surtout.
- REDER, Melvin, « A Reconsideration of Marginal Productivity Theory », *Journal of Political Economy*, 1947, pp. 450-458.
- ROTTIER, C., « Sur la maximisation du profit », *Economie Appliquée*, 1952.
- SCHACKLE, G.L.S., « Business Men on Business Decisions », *Scottish Journal of Political Economy*, février 1955.
- SCHAFFER, Robert H., « Managing by Total Objectives », *American Management Association*, 1964.
- SCITOVSKY, T., « A Note on Profit Maximization », *Review of Economic Studies*, XI, 1943.
- SIMON, H.A., « New Developments in the Theory of the Firm », *American Economic Review*, mai 1962, pp. 1-15.
- WHITE, M., « Multiple Goals in the Theory of the Firm », dans : Boulding & Spivey : *Linear Programming & Theory of the Firm*, 1960.
- WILLIAMSON, O.E., *The Economics of Discretionary Behavior : Managerial Objectives in a Theory of the Firm*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J., 1964.
- WINTER, Sidney G., « Economic 'Natural Selection' and the Theory of the Firm », *Yale Economic Essays*, printemps 1964.