

Introduction à l'économie

Unité 3A - La valeur est dans l'œil de celui qui la regarde

Leçon 1 : La valeur est dans l'œil de celui qui la perçoit

"Si vous créez de la valeur pour d'autres personnes, vous pourriez alors être en mesure de réaliser une partie de cette valeur vous-même... Si quelqu'un fait quelque chose qui a de la valeur, c'est suffisant pour construire une bonne entreprise sur cette base." - Mark Zuckerberg, [Time Magazine](#)

"...entre un tiers et la moitié des différences de taux de croissance économique entre les pays peuvent être expliquées par des taux d'activité entrepreneuriale différents. Des résultats similaires ont été trouvés au niveau des États et des collectivités locales". - Russell S. Sobel, [Entrepreneuriat](#)

Vue d'ensemble :

La richesse n'existe pas naturellement dans le monde. Les choses que nous voulons et dont nous avons besoin doivent être créées ou produites avant que nous puissions en profiter. Les entrepreneurs jouent un rôle clé dans la création de valeur. Ils créent de la valeur pour eux-mêmes en créant de la valeur pour les autres. Cette série de leçons explique le rôle de l'entrepreneur dans la création de valeur pour lui-même et pour la société. Les sociétés qui encouragent l'esprit d'entreprise par la liberté économique ont tendance à connaître une croissance économique beaucoup plus rapide que celles qui ne l'encouragent pas.

Concepts et termes :

- Entreprises
- Capital
- Clients
- L'esprit d'entreprise
- Facteurs de production
 - Capital
 - Terre
 - Travail
 - Emplois
- Bénéfice
- Actionnaire
- Actionnaire
- Valeur
 - Valeur intrinsèque
 - Valeur objective
 - Valeur subjective
 - Théorie de la valeur du travail
 - La richesse

Objectifs :

Les étudiants seront capables de...

- Définir la valeur et expliquer pourquoi des biens de valeur doivent être produits.
- Expliquer la différence entre la valeur subjective et les théories concurrentes de la valeur telles que la théorie de la valeur du travail.
- Identifier la différence entre la création de valeur et la création de travail
- Discuter de la manière dont un entrepreneur crée de la valeur pour la société (la communauté)
- Expliquer le rôle essentiel que jouent les entrepreneurs dans la création de la croissance économique
- Expliquer ce que signifie créer de la valeur pour soi en créant de la valeur pour les autres
- Comprendre le rôle de l'entrepreneur dans la découverte et l'innovation de nouveaux et meilleurs moyens de résoudre les problèmes pour répondre aux besoins humains.

Normes connexes :

- Norme 2 : Prise de décision - Une prise de décision efficace nécessite de comparer les coûts supplémentaires des alternatives avec les avantages supplémentaires. De nombreux choix impliquent de faire un peu plus ou un peu moins de quelque chose : peu de choix sont des décisions de type "tout ou rien".
- Norme 3 : Répartition - Différentes méthodes peuvent être utilisées pour répartir les biens et les services. Les personnes agissant individuellement ou collectivement doivent choisir les méthodes à utiliser pour répartir les différents types de biens et de services.
- Norme 13 : Revenu - Pour la plupart des gens, le revenu est déterminé par la valeur marchande des ressources productives qu'ils vendent. Ce que les travailleurs gagnent dépend principalement de la valeur marchande de ce qu'ils produisent.
- Norme 15 : Croissance économique - L'investissement dans les usines, les machines, les nouvelles technologies, ainsi que dans la santé, l'éducation et la formation des personnes stimule la croissance économique et peut augmenter les niveaux de vie futurs.

Description :

Dans cette leçon, les élèves apprendront que *la valeur est subjective* ; c'est-à-dire que la valeur d'une chose est basée sur une préférence individuelle. Les gens peuvent apprécier différemment les mêmes choses, et une personne peut apprécier différemment la même chose à différents moments. Si des ressources telles que la quantité de travail ou le matériau dont est fait un objet entrent en ligne de compte dans l'évaluation des personnes, elles ne déterminent pas à elles seules la valeur de l'objet.

Les élèves regarderont d'abord une vidéo dans laquelle Donald Boudreaux utilise des t-shirts pour démontrer que la valeur est subjective. Ils participeront ensuite à une activité expliquant pourquoi la valeur d'un objet n'est pas uniquement déterminée par le travail qu'il a nécessité ou par le matériau dont il est fait. Enfin, les élèves liront et discuteront un article de Max Borders dans lequel il explique le concept de valeur subjective.

Temps nécessaire : 45 min

Matériel requis : Connexion Internet, instrument de prise de note

Conditions préalables : Module 1 - Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

2.1.A - Regardez et discutez la vidéo suivante en utilisant les questions ci-dessous pour guider votre discussion [15 min] :

Vidéo : (Learn Liberty, 3 :50 min)

"Le professeur Don Boudreaux démontre la subjectivité de la valeur en comparant un t-shirt de Che Guevara et de Milton Friedman. Il constate que la valeur ne peut être déterminée objectivement, car la valeur de la chose n'existe que dans l'esprit de celui qui la regarde. Par conséquent, la valeur n'est pas le produit de la quantité de travail ou de ressources nécessaires à sa fabrication. La valeur est plutôt déterminée par les préférences des individus".

TRANSCRIPTION DE LA VIDÉO :

L'une des connaissances les plus cruciales de l'économie est que la valeur est subjective. Cela signifie que la valeur provient en fin de compte de l'esprit humain. Elle n'est pas inhérente aux choses auxquelles nous accordons de la valeur. Je vais vous expliquer cela à l'aide de quelques t-shirts que j'ai fabriqués. Je suis allée au centre commercial récemment et j'ai acheté deux t-shirts, ainsi que des thermocollants. Voici l'un de mes t-shirts. Il représente un révolutionnaire célèbre de Cuba, Che Guevara, et un autre t-shirt de l'un de mes héros, Milton Friedman. Ces deux t-shirts m'ont coûté à peu près le même temps de fabrication et la même somme d'argent, de sorte qu'en termes de dépenses et de ressources, c'est la même chose. Mais vous savez quoi ?

La valeur du t-shirt du Che est, en fait, beaucoup plus élevée pour la plupart des gens que celle du t-shirt de Milton Friedman. Si, pour une raison quelconque, le Che tombe en disgrâce dans l'esprit du public, la valeur du t-shirt du Che diminue. Si la valeur de l'image de Milton Friedman augmente, si les gens en viennent à apprécier Milton Friedman, la valeur du t-shirt Friedman augmente.

Friedman, la valeur du t-shirt Friedman augmente. Mais le fait est qu'objectivement, physiquement, ces t-shirts, celui-ci et celui-là, sont largement identiques. La seule différence est l'image sur le devant.

C'est ce qu'il y a de bien avec les valeurs subjectives. Nos valeurs diffèrent.

Je ne me laisserais pas surprendre dans la rue avec un t-shirt du Che, parce que je pense que c'était une canaille. J'adorerais porter un t-shirt de Milton Friedman. En fait, j'ai hâte de le porter pour la première fois.

J'apprécie ce t-shirt plus que d'autres personnes. C'est l'un des aspects les plus intéressants de la compréhension de la valeur subjective. Il est important de comprendre que la valeur n'est pas dans la chose elle-même.

Elle ne provient pas, comme le croyaient les marxistes ou même les économistes classiques, de la quantité de travail nécessaire à sa production. La valeur n'est pas le produit de la quantité d'autres ressources utilisées pour produire quelque chose. En fin de compte, les choses n'ont de valeur que si et seulement si les êtres humains les désirent. Plus les êtres humains désirent ces choses, plus elles ont de la valeur. Les économistes classiques, malgré toutes leurs merveilleuses découvertes, n'ont pas compris la valeur subjective. Ils n'ont compris la valeur subjective qu'au milieu du XIXe siècle, lorsque Carl Menger, de l'école autrichienne, s'est rendu compte que les gens ne paient pour les choses que parce qu'ils les veulent. Ils ne paient pas pour des choses qu'ils ne veulent pas. Ainsi, la valeur que les gens attribuent dans leur esprit aux choses qu'ils achètent est transmise par le biais des prix monétaires aux prix du marché des biens et des

services. L'une des implications de la valeur subjective est que vous ne pouvez pas me dire que le fait que je préfère le t-shirt de Milton Friedman à celui de Che Guevara signifie que j'ai tort. Ce n'est peut-être pas votre préférence, mais c'est la mienne. Et comme vous ne pouvez pas lire dans mes pensées et que je ne peux pas lire dans les vôtres, le mieux que vous puissiez faire est de dire : "Si je préfère le t-shirt de Friedman à celui de Guevara, alors le t-shirt de Friedman a plus de valeur à mes yeux. Si vous préférez le t-shirt Guevara au t-shirt Friedman, le mieux que je puisse faire est de conclure que le t-shirt Guevara a plus de valeur pour vous que le t-shirt Friedman. Aucun de nous n'a raison ou tort dans un sens subjectif. La valeur subjective est simplement la manière dont chacun d'entre nous évalue la valeur de chacun de ces t-shirts. C'est l'une des choses qui font tourner le monde économique. Nous avons des évaluations différentes de différentes choses. Nous exprimons nos évaluations par le montant que nous sommes prêts à payer.

Questions à débattre : Valeur subjective

1. Expliquer le concept de valeur subjective.

- a. Le professeur Boudreaux explique la valeur subjective à l'aide de l'exemple des deux t-shirts. Les deux t-shirts ont coûté la même quantité de temps, d'argent et de ressources pour être fabriqués, mais elles ont une valeur différente pour différentes personnes. Le professeur Don Boudreaux accorde plus de valeur au t-shirt Milton Friedman qu'au t-shirt Che Guevara. Cependant, d'autres personnes pourraient apprécier davantage le t-shirt de Che Guevara - la valeur de chaque t-shirt est donc subjective.
- b. Le professeur Don Boudreaux explique : "Il est important de comprendre que la valeur n'est pas dans la chose elle-même. Elle ne provient pas, comme le croyaient les marxistes ou même les économistes classiques, de la quantité de travail nécessaire à sa production. La valeur n'est pas le produit de la quantité d'autres ressources utilisées pour produire quelque chose. En fin de compte, les choses n'ont de valeur que si et seulement si les êtres humains les désirent. Plus les êtres humains désirent ces choses, plus elles ont de la valeur".
- c. La valeur subjective est le concept selon lequel chacun a des goûts et des préférences différentes, de sorte que les biens et les services ont une valeur différente de celle des autres. La valeur ne peut pas être mesurée en fonction de la quantité de ressources utilisées pour produire quelque chose.

2. Si la valeur est subjective, comment la valeur est-elle mesurée ou démontrée pour le bien ou le service ?

- a. La valeur est exprimée par les prix du marché des biens et des services. Plus il y a de personnes qui apprécient un bien ou un service, plus il y en a qui sont prêtes à payer pour ce bien ou ce service, et plus le prix sera élevé. Si peu de personnes apprécient un bien ou un service, le prix sera plus bas car les gens seront moins disposés à le payer.
- b. Le professeur Don Boudreaux explique : "Les économistes n'ont pas compris la valeur subjective avant le milieu du 19^e siècle, lorsque Carl Menger, de l'école autrichienne, s'est rendu compte que les gens ne paient pour les choses que parce qu'ils les veulent. Ils ne paient pas pour des choses qu'ils ne veulent pas. Ainsi, la valeur que les gens ont à l'esprit pour les choses qu'ils achètent est transmise par les prix monétaires aux prix du marché des biens et des services".

3. *Que veut dire le professeur en affirmant que "la valeur provient en fin de compte de l'esprit humain" ?*

- a. La valeur est subjective et repose sur les préférences, les goûts et les opinions des gens. Comme l'explique le concept des deux t-shirts, si l'opinion des gens sur Milton Friedman changeait, la valeur du t-shirt changerait.
- b. Toutes les autres ressources et toutes les autres caractéristiques des deux t-shirts, à l'exception de l'image sur le devant, sont identiques.

2.1.B - Réalisez l'activité de discussion de groupe suivante en utilisant les questions ci-dessous pour guider votre discussion [15 min] :

Activité : Briser les mythes - Qui ou quoi détermine la valeur ?

1. *La valeur d'un bien est-elle déterminée par la quantité de travail nécessaire pour fabriquer ce bien ? (O/N)*

- a. Non. Bien que la production de valeur nécessite du travail, l'histoire ne s'arrête pas là. Réfléchissez à ce qui suit : Une tarte à la boue qui a pris 2 heures à produire a-t-elle autant de valeur pour vous qu'une délicieuse tarte au chocolat qui a pris 2 heures à produire ?
- b. La quantité de travail nécessaire pour produire chaque tarte est la même, mais la valeur des deux tartes est très différente.
- c. C'est un mythe de croire que la valeur d'un bien n'est déterminée que par la quantité de travail nécessaire à sa fabrication.

2. *La valeur d'un bien est-elle déterminée par les matériaux qui le composent ? (O/N)*

- a. Bien que les propriétés des matériaux soient importantes pour déterminer la valeur d'un bien, l'histoire ne se résume pas à cela.
- b. Si l'on reprend l'exemple précédent, la délicieuse tarte au chocolat peut avoir plus de valeur à vos yeux que la tarte à la boue en raison des ingrédients ou des matériaux qui la composent. Cependant, réfléchissez à ce qui suit : Accordez-vous toujours la même valeur aux biens fabriqués avec les mêmes matériaux ? Une belle sculpture en marbre a-t-elle la même valeur qu'un bloc de marbre ?
- c. La valeur n'est pas uniquement déterminée par les matériaux qui ont servi à la produire.

3. *La valeur d'un bien est-elle déterminée par ce qu'il en coûte pour le produire ? (O/N)*

- a. Non. Prenons l'exemple du pop-corn pour le cinéma. Les matières premières nécessaires à la production d'un grand seau de pop-corn coûtent environ 90 cents. Cependant, les grands seaux de pop-corn sont vendus pour la somme énorme de 8,15 dollars en moyenne. C'est une sacrée marge !
- b. Pourquoi les gens évaluent-ils un seau de pop-corn au cinéma à un prix aussi élevé alors qu'il ne coûte que 90 cents à produire ? Les gens semblent apprécier l'expérience du pop-corn au cinéma. Nombreux sont ceux qui sont prêts à payer beaucoup plus cher pour du pop-corn au cinéma que pour du pop-corn qu'ils mangent chez eux.
- c. La valeur n'est pas uniquement déterminée par le coût de production.

4. *La valeur d'un bien est-elle constante dans le temps et dans toutes les situations ? (O/N)*

- a. Le même objet peut avoir une valeur très différente d'une personne à l'autre. Votre propre évaluation du même objet peut changer au fil du temps en fonction de votre situation. Par exemple, paieriez-vous 100 dollars pour une bouteille d'eau en ce moment ?
- b. Que paieriez-vous pour une bouteille d'eau si vous mouriez de soif dans un désert ?
- c. La valeur d'un bien n'est pas constante dans le temps et dans les différentes situations.

5. *La valeur d'un bien est-elle toujours le résultat de jugements de valeur individuels subjectifs ? (O/N)*

- a. La valeur d'un bien dépend de nos préférences individuelles et de la manière dont nous pensons que ce bien peut nous aider à satisfaire nos désirs et nos besoins.
- b. La valeur d'un bien est la valeur du bien désiré par rapport aux autres options disponibles.
- c. Les valeurs économiques sont exprimées en termes de "quantité" d'un bien à laquelle on renoncerait en échange d'un autre bien. Nous aborderons cette idée plus en détail dans le *Module 3*.
- d. La valeur d'un bien est toujours le résultat de jugements de valeur individuels subjectifs. C'est une autre façon de dire que la valeur est le résultat des préférences individuelles par rapport aux autres alternatives disponibles.

6. *Comment la compréhension de la valeur subjective peut-elle vous aider en tant qu'entrepreneur ?*

- a. Les gens évaluent un bien en fonction de leur désir ou de leur besoin.
- b. Cette évaluation varie d'une personne à l'autre, d'une situation à l'autre et peut évoluer dans le temps.
- c. La valeur des biens et des services ne repose pas sur le coût des matériaux ou de la main-d'œuvre nécessaires à leur production. Une chose ne vaut que ce que quelqu'un d'autre est prêt à donner pour l'obtenir.
- d. Pour réussir, un entrepreneur doit créer de la valeur pour les autres. Cela signifie que les entrepreneurs doivent trouver des moyens d'apprendre ce que leurs clients considèrent comme de la valeur.

2.1.C - Article : Lisez et discutez l'article suivant en utilisant les questions ci-dessous pour guider votre discussion [15 min] :

L'article suivant de Max Borders - "La valeur subjective peut être une idée difficile à saisir pour certaines personnes. Elle peut être encore plus difficile à accepter. Mais voici la dure vérité : la valeur n'est pas inhérente aux choses. Les couchers de soleil ne sont pas intrinsèquement beaux. La glace à la vanille n'est pas intrinsèquement savoureuse. Le jazz n'est pas universellement apprécié. Les prix sont objectifs, c'est-à-dire observables publiquement. Nous pouvons tous entrer dans un magasin et voir que l'avocat est à 1,50 \$. Mais nos états intérieurs détermineront si le fruit gras se retrouvera dans l'un de nos paniers".

MERCREDI 24 OCTOBRE 2012

Valeur subjective

[Valeur subjective \(fee.org\)](http://fee.org)

Pendant une période indéterminée, je me suis sentie coupée du monde, spectatrice abstraite... La route continuait à descendre et à bifurquer, à travers des prairies embrumées par le crépuscule. -Jorge Luis Borges, "Le jardin des chemins qui bifurquent".

L'œil de celui qui regarde, c'est là que se trouve la beauté. Je regarde toutes ces taches de peinture et je vois, eh bien, des taches de peinture. Vous, vous voyez un festin intéressant et coloré pour les yeux. Certes, nous regardons le même objet, mais nous l'apprécions différemment. Et nos différences ne se situent pas seulement dans le domaine esthétique. Toute valeur est subjective.

Il se peut que je veuille prendre cette bouteille d'eau et la porter à mes lèvres desséchées pour survivre. Vous pouvez charger votre pistolet à eau. Je paierais mille dollars pour cette eau si les circonstances s'y prêtaient. Vous ne seriez peut-être prêt à donner qu'un dollar. Nous pouvons donc au moins convenir que les circonstances de temps et de lieu peuvent nous amener à apprécier les choses différemment. Mais les choses sont encore plus profondes. Nous sommes différents, vous et moi, à l'intérieur. Nous sommes susceptibles d'apprécier les choses différemment, même dans des circonstances identiques.

Permettez-moi de partager une expérience que j'ai relatée il y a quelques années : Je vivais dans un complexe d'appartements avec une laverie automatique. Un jour, lorsque j'ai mis les pièces pour sécher le linge, il m'a manqué 0,25 \$. J'étais pressée. Je ne pouvais pas porter mes sweats pour le dîner. J'avais besoin d'un pantalon propre et sec. Heureusement, un homme avec un panier rempli de vêtements blancs et un sac Ziploc, des pièces de monnaie sonnantes et trébuchantes, est entré dans la buanderie. J'ai sorti un billet d'un dollar de ma poche.

"Excusez-moi, monsieur", dis-je. "Prendriez-vous un dollar pour une de ces pièces ?" Il sourit. "Bien sûr, pas de problème". À ce moment-là, dans ce contexte, de mon point de vue, sa pièce valait au moins un dollar pour moi. Cet après-midi-là, j'ai porté un pantalon propre et sec. Aurais-je pu faire un meilleur choix ? Et, si oui, par l'illumination de qui ? Certainement pas les miennes.

Un élément clé de cette histoire est la perspective. Même si les circonstances avaient été identiques en tous points d'une personne à l'autre, nous pouvons imaginer quelqu'un qui aime porter des vêtements mouillés. Ou peut-être y a-t-il des personnes qui ne seraient prêtes à supplier le type que pour une pièce, ou qui paieraient jusqu'à 75 centimes mais pas un dollar. Ces personnes ne partagent tout simplement pas mes évaluations subjectives - mes *états intérieurs* qui me motivent à agir ou non.

La valeur subjective peut être une idée difficile à saisir pour certaines personnes. Elle peut être encore plus difficile à accepter. Mais voici la dure vérité : la valeur *n'est pas inhérente aux choses*. Les couchers de soleil ne sont pas intrinsèquement beaux. La crème glacée à la vanille

n'est pas intrinsèquement savoureuse. Le jazz n'est pas universellement apprécié. Les prix sont objectifs, c'est-à-dire observables publiquement. Nous pouvons tous entrer dans un magasin et constater que l'avocat coûte 1,50 \$. Mais c'est notre état intérieur qui déterminera si ce fruit gras se retrouvera dans l'un ou l'autre de nos paniers.

Les implications de cette idée sont profondes. Toute l'économie commence et se termine par quelque chose d'assez illusoire : *les états privés de l'esprit des gens*. Et c'est aussi une bonne chose. À bien des égards, nous devrions nous réjouir du fait que nous apprécions les choses différemment. J'ai toujours aimé cette question rhétorique de Murray Rothbard : "Comment les deux parties peuvent-elles bénéficier d'un échange ?" Il répond :

Chacun évalue différemment les deux biens ou services, et ces différences sont à l'origine de l'échange. Moi, par exemple, je me promène avec de l'argent en poche mais pas de journaux ; le marchand de journaux, lui, a beaucoup de journaux mais est impatient d'acquérir de l'argent. C'est ainsi que nous nous trouvons l'un l'autre et que nous concluons un marché. Le fait que d'innombrables échanges aient lieu à chaque seconde dans le monde entier est dû à des systèmes interconnectés qui commencent par une évaluation subjective et sont facilités par le système des prix.

Malheureusement, une grande partie de l'économie moderne néglige cette idée clé. Soit les économistes considèrent l'évaluation subjective comme allant de soi afin de s'adonner aux arcanes de la macro mathématique, soit ils font un double pas fatidique vers les fausses théories objectives de la valeur, comme celle que Karl Marx a embrassée. Bien qu'il n'y ait que quelques économistes qui ne diraient pas "nous sommes tous subjectifs maintenant", certains propagent des idées qui, au minimum, s'appuient sur un va-et-vient entre les vues objectives et subjectives. Des théories à la mode comme le "paternalisme libertaire" et la "happynomie (l'économie du bonheur)" viennent à l'esprit. Le fait de ne pas apprécier la valeur subjective peut, au mieux, amener les gens à se tromper dans leur compréhension des prix. Dans le pire des cas, cela peut conduire les gens à adopter des politiques illibérales telles que celles qui sont conçues pour nous forcer à faire ce que d'autres considèrent comme étant pour notre propre bien.

Les décideurs politiques ne parviennent presque jamais à faire des choix à notre place, parce qu'ils ne sont pas en mesure d'apprécier nos circonstances particulières. Les "nudgers" et autres paternalistes sont rarement mieux informés que le reste d'entre nous. Parfois, ils le sont. Mais le plus souvent, même les bons conseils à l'ancienne requièrent des connaissances locales et une perspective qu'aucun bureaucrate ne possède. La plupart du temps, les "architectures de choix" que les décideurs politiques imaginent pour nous créent des effets pervers qu'ils n'ont pas été assez intelligents pour anticiper. Michael Bloomberg pourra-t-il vraiment inciter les Américains à maigrir en interdisant les boissons Big Gulps à New York ? De nombreux Américains n'ont-ils pas été incités à contracter des emprunts hypothécaires qu'ils ne pouvaient pas se permettre ?

Peter Boettke, économiste à l'université George Mason, nous rappelle que l'évaluation subjective est à la base d'une grande partie de l'économie : "Lorsque l'on décide d'un plan d'action, il faut choisir, c'est-à-dire qu'il faut suivre une voie et pas d'autres. L'accent mis sur les alternatives dans les choix conduit à l'un des concepts définissant le mode de pensée

économique : les coûts d'opportunité" - la valeur la plus élevée à laquelle on renonce à la suite d'un choix.

Le processus consistant à peser les avantages pour faire des choix est fondamental pour l'action humaine. En tant que condition préalable à l'action humaine, l'évaluation subjective est le moteur principal. Pourtant, elle ne peut être mesurée. Il n'y a pas d'unités comme "hedons" ou "utiles". Tout ce qui est observable, c'est l'action. Cela signifie qu'une grande partie de l'économie - en particulier l'économie sociale - repose sur un concept de valeur erroné. Ce feu intérieur, propre à chacun d'entre nous, est le moteur principal de cette unité économique qu'est l'individu. Nous l'oublions à nos risques et périls.

Questions à débattre : Valeur subjective

1. En quoi l'échange par Max de 1,00 \$ contre 25 centimes est-il logique ? S'agit-il d'un échange équitable ?

- a. Même si Max a reçu moins d'argent, il était prêt à renoncer à 1,00 \$ pour 25 ¢ parce qu'il accordait plus d'importance à la pièce de 25 cents (et donc au fait d'avoir des vêtements secs) qu'à la somme de 1 \$ qu'il avait donnée à l'homme. De même, l'homme accordait plus d'importance au fait d'avoir un billet d'un dollar qu'au fait d'avoir une pièce de 25 cents en moins, et il était donc prêt à faire l'échange. Max et l'homme estimaient tous deux que ce que l'autre avait était plus important que ce qu'ils avaient eux-mêmes, et ils étaient donc prêts à faire un échange.
- b. Étant donné que Max et l'homme pensaient tous deux que leur situation était meilleure et qu'ils ont accepté l'échange, celui-ci était équitable.

2. Si la valeur est quelque chose qui est déterminé dans les "états privés de l'esprit des gens", comment pouvons-nous mesurer la valeur ? Comment les prix apparaissent-ils ?

- a. Nous ne saurons jamais exactement comment quelqu'un d'autre évalue quelque chose, puisque nous ne pouvons pas partager son esprit. Ce que nous pouvons faire, c'est voir comment les gens agissent, en supposant qu'ils agissent en fonction de ce qu'ils apprécient. Nous pouvons voir ce que les gens préfèrent par rapport à d'autres biens.
- b. Les prix sont le résultat d'un réseau complexe de décisions que les gens prennent lorsqu'ils décident de la quantité de quelque chose (dans ce cas, de l'argent) qu'ils sont prêts à abandonner pour quelque chose d'autre. Les vendeurs et les acheteurs s'engagent dans un processus de découverte au cours duquel ils réagissent à la volonté d'échange de l'autre.

3. Si la valeur est subjective, pourquoi se méfier des politiques gouvernementales uniformes ?

- a. Il est très peu probable qu'une politique unique fonctionne bien, parce qu'il y a une très grande variation entre les personnes et la façon dont elles valorisent les différentes choses. En outre, ces décisions relatives à la valeur changent constamment. Les politiciens et les bureaucrates ne seront jamais en mesure de savoir comment, ou pourquoi, un individu donné - et encore moins le grand nombre de personnes que leurs politiques affectent - évalue les choses. Par conséquent, les tentatives de prendre des

décisions pour les autres - en particulier par les politiciens et les bureaucrates, qui ne peuvent pas savoir comment toutes les personnes affectées par une politique valorisent quelque chose - au mieux laisseront de nombreuses personnes malheureuses, et au pire peuvent s'avérer dangereuses.

- b. Chacun d'entre nous est le meilleur juge de ce à quoi il accorde de la valeur, puisque nous sommes les seuls à posséder notre esprit. L'échange libre et volontaire sur le marché consiste à ce que les individus agissent en fonction de leurs décisions sur ce qui est bon pour eux, qu'ils jugent eux-mêmes, sur la base de leur propre évaluation subjective. C'est le système économique le mieux adapté à la réalité de la subjectivité et de l'évolution constante de la valeur, et donc le plus efficace pour créer et fournir de la valeur à chacun.

2.1.D - Effectuez l'activité suivante [5 min] :

Activité : Smart (intelligent)

Lisez le poème populaire de Shel Silverstein intitulé "Smart". Les gens ne font pas toujours des transactions intelligentes sur la base de leurs évaluations subjectives et de leurs préférences individuelles !

Smart de Shel Silverstein

Mon père m'a donné un billet d'un dollar
Parce que je suis son fils le plus intelligent,
Et je l'ai échangé contre deux pièces de 25 cents brillantes
Parce que deux, c'est plus qu'un !
Et puis j'ai pris les pièces
Et je les ai échangés à Lou
Contre trois pièces de dix cents - je suppose qu'il ne sait pas
Que trois c'est plus que deux !
C'est alors qu'est arrivé le vieil aveugle Bates
Et juste parce qu'il ne peut pas voir
Il m'a donné quatre pièces de cinq cents pour mes trois pièces de dix cents,
Et quatre, c'est plus que trois !
Et j'ai apporté les pièces à Hiram Coombs
Au magasin de graines,
Et l'imbécile m'a donné cinq pennies pour eux,
Et cinq, c'est plus que quatre !
Et puis je suis allé montrer ça à mon père,
Et il est devenu rouge aux joues
Il a fermé les yeux et secoué la tête...
Trop fier de moi pour parler !

Récapitulatif de la leçon

- La valeur est subjective et repose sur les préférences, les goûts et les opinions des individus. Cela signifie que la valeur d'un bien est en fin de compte basée sur les goûts et les préférences d'un individu. Chaque personne désire (ou aime) les choses différemment, et la même personne peut désirer la même chose différemment à différents moments. Chacun d'entre nous est le meilleur juge de la valeur qu'il accorde à quelque chose.
- La valeur n'est PAS simplement déterminée par la quantité d'efforts, de temps ou de matériaux nécessaires à sa fabrication.
- La valeur peut être mesurée par le montant d'argent (ou d'une autre ressource) auquel quelqu'un est prêt à renoncer en échange d'un article ou d'un service. Il s'agit là d'une contribution importante de l'école économique autrichienne ; comme l'a expliqué l'économiste Carl Menger, "la valeur se transmet aux prix du marché des biens et des services par l'intermédiaire des prix monétaires".

Ressources complémentaires :

Article : Les grandes questions que se posent les économistes (voir unité 3I en PDF)

Article: La demande et les déterminants de la demande ([En résumé : La demande et les déterminants de la demande \(leçon\) | Khan Academy](#))

Article : Le rapport entre la valeur et le prix ([Le rapport entre la valeur et le prix | Revue du Mauss permanente \(journaldumauss.net\)](#))