

Les prix ne stimulent pas seulement la réaction à l'information concernant la demande de production, mais aussi la recherche de la méthode la plus efficace de production d'un objet donné. Supposons qu'une espèce de bois devienne plus rare, et donc plus chère, qu'une autre. Le fabricant de crayons obtient cette information par l'entremise d'une hausse du prix de la première espèce de bois. Parce que son revenu est déterminé par la différence entre les recettes de ses ventes et ses coûts de fabrication, il est incité à économiser sur cette espèce de bois. Pour prendre un exemple différent, la rentabilité de l'utilisation par les bûcherons d'une tronçonneuse ou d'une scie à main dépend : des prix de la tronçonneuse et de la scie à main, du nombre d'heures de travail nécessaires à accomplir la même tâche avec chacun des deux outils, des salaires correspondant à chaque travail, et des frais d'entretien afférents. L'entreprise de bûcheronnage est stimulée à acquérir la connaissance technique qui convient, et à la combiner avec l'information transmise par les prix en vue de minimiser les coûts.

Prenons un cas plus fantaisiste qui illustre la subtilité du système des prix. La hausse du prix du pétrole organisée par le cartel de l'OPEP en 1973 a rompu légèrement l'équilibre en faveur de la scie à main, en augmentant les frais de fonctionnement de la tronçonneuse. Si cela semble un peu tiré par les cheveux, songez aux conséquences de l'utilisation d'engins Diesel au lieu d'engins à essence pour débarder les grumes hors des forêts et les transporter jusqu'aux scieries...

Pour développer cet exemple un peu plus, la hausse du prix du pétrole, dans la mesure où on l'a laissée se produire, a augmenté le coût de produits utilisant beaucoup de pétrole par rapport à ceux qui en utilisaient moins. Les consommateurs ont été incités à passer d'un produit à un autre. Les exemples les plus évidents sont le passage des grosses voitures aux petites et, pour le chauffage, le passage du fuel domestique au charbon et au bois. Mais il existe des incidences plus lointaines : dans la mesure où le prix relatif du bois a augmenté, par suite de la hausse du prix de production ou en raison de l'accroissement de la demande de bois comme source d'énergie de substitution, la hausse du prix des crayons qui en est résultée a stimulé les consommateurs à économiser les crayons ! Et ainsi de suite, à l'infini.

Nous avons présenté jusqu'ici l'effet de stimulation dans un cadre « producteurs-consommateurs ». Mais il fonctionne éga-