

L'IMPERFECTION DU MARCHE ET LA PERFORMANCE COMMERCIALE DE MARCHE DES VIVRES FRAIS ENTRE L'ECOP ET COMENAV A KISANGANI.

Kabue Tshitende Armand Marcel*

**Assistant ISP/Lubutu*

***Corresponding Author:**

Résumé:

La société de Construction Métallique et Navale (COMENAV) et l'Economat du Peuple ECOP) commercialisent et distribuent les vivres frais ou congelés à Kisangani, un marché d'un pays d'économie libérale de marché, mais contrairement aux autres couples des sociétés (Vodacom vs Orange dans la télécommunication, Beltexco vs Plaza dans les produits divers et manufacturiers) fixent le même prix aux mêmes biens ou produits et évoluent dans la performance financière et économique.

Bien que les deux sociétés évoluent dans un environnement concurrentiel peuvent dans le cas d'imperfection du marché se constituer d'un régime monopolistique et d'un régime oligopolistique même si elles pratiquent la politique commerciale des prix discriminatoires.

Ainsi face à cette réalité, peut-on affirmer que les groupes formés à partir de barèmes tarifaires des prix des vivres frais de ces deux sociétés qui commercialisent et distribuent les vivres frais à Kisangani, connaissent des moyennes similaires de recettes qui expliquent leur performance financière ou leur rentabilité ?

Donc, le barème tarifaire n'explique pas la performance financière ou la rentabilité de ses deux sociétés à l'occurrence la société de Construction Métallique et Navale de Kisangani (COMENAV) d'une part, la nouvelle tente de faire sa pénétration et gagner sa part du marché en réduisant par groupes 10.000 Fc et de la Société Economat du Peuple (ECOP), ancienne et bien implantée seulement le marketing mix adopté par l'un par rapport à l'autre peut en justifier.

Abstract :

Although both companies operate in competitive environment can in the event of a market imperfection to constitute to the oligarchs even if they practice the commercial policy of discriminatory prices.

The naval Steel Construction Company and the People's Commissary market and distribute fresh food in Kisangani unlike other pairs of companies (Vodacom vs Orange in the communication services, Beltexco vs Plaza in the manufactures') set the same price for fresh for the same goods and evolve in financial and economic performance.

Thus faced with this reality, can we affirm that the groups formed from the tariff schedules of prices of fresh food from these two companies have similar revenue averages to explain the financial performance?

Thus, it cannot be said that the average tariff scales of fresh food marketing and distribution companies in Kisangani (RDC) do not differ significantly from financial or profitability.

INTRODUCTION

Dans le cadre de fournir les explications scientifiques sur la performance économique-financière de deux sociétés de service qui fournissent et commercialisent des vivres frais sur le marché imparfaitement organisé dans un monde libéral à Kisangani entre la Société « Economat du Peuple », filiale du Groupe ORGAMAN, de MAMPEZA et de DOMAINE DE KATALE d'un côté et de l'autre, la Société de « Construction Métallique & Navale, en sigle COMENAV ». Chacune d'elle établit et fixe le prix selon deux directions ; la première orientée par la volonté de maximiser son profit, selon le principe de jouer soit avec la quantité offerte et/ou le prix et la seconde, celle dictée par la concurrence¹. Tout cela dans le souci de se faire la part du marché et de la pénétration de celui-ci car l'ECOP est la plus anciennement établie et confortablement implantée depuis les années 1970 tandis que la COMENAV ne date que six années d'exploitation.

Les marchés, concurrentiels ou non, ont pour fonction d'assurer la fourniture des biens et des services nécessaires². Dans le cas de certains biens, on constate que les marchés ne sont pas capables de les fournir, ou qu'ils ne peuvent éviter certaines conséquences de la production qui sont hautement indésirables comme par exemple le produit avarié ou la pollution ou encore la concurrence déloyale poussée par la stratégie de marketing hostile et marketing mix³. On parle alors d'*échecs du marché*.

On se limitera ici à une approche technique desdits échecs, en considérant les deux formes les plus importantes : les biens publics et les externalités ainsi qu'en ajoutant les situations de monopole naturel.

Ni le comportement oligopolistique de firmes, ni l'aversion du risque ne suffisent à expliquer le phénomène de l'investissement à exploiter dans un tel marché⁴. Les modèles se situent au niveau d'approches partielles, mettant en relief certaines imperfections du marché ou la recherche de la stabilité, sans être en mesure de fournir une justification globale.

Il en va autrement de l'information (du prix ou du profit), qui joue un rôle cardinal dans l'implantation des unités. H. Johnson ne manque pas de l'affirmer, en disant « que le transfert de connaissance est le nœud du processus d'investissement »⁵. Le terme « information » utilisé à dessin recouvre toutes les formes de connaissance. Il est préférable à celui de « technologie », trop restrictif (les deux font usage de chambre froide et bateau frigorifique) ou à celui de « capital intangible » plein d'ambiguïté.

La nature des biens collectifs (poissons et vivres frais) implique le problème du *passager clandestin* : le financement des biens collectifs est difficile à assurer dans un cadre de production privée, parce qu'on ne peut pas obliger les consommateurs à participer à ce financement, même s'ils attachent une grande valeur à la consommation du bien. Chacun compte sur les autres pour assurer le financement de ce bien⁶.

Bien que les deux sociétés se fassent une concurrence par l'adoption de la politique commerciale des prix discriminatoires, il y a lieu de se demander : « peut-on affirmer que les prix pratiqués par les sociétés (ECOP et COMENAV) dans la commercialisation des vivres frais expliquent leur performance financière ? Autrement dit, la performance financière de ces deux sociétés différerait-elle significativement malgré des légers écarts constatés sur leur panneau ou grille tarifaire des prix ?

Ainsi, on postule que les écarts constatés dans le barème tarifaire des prix fixés, ne s'écarte ou n'influence significativement leur performance financière.

Hormis cette hypothèse, la production de biens collectifs (poissons et vivres frais) par l'initiative privée est généralement insuffisante ; les bénéficiaires d'un bien collectif peuvent évidemment s'allier pour le produire de manière associative mais le problème du passager clandestin rend ce genre de technique peu viable.

On considère donc souvent que la production du bien collectif doit être assurée par les pouvoirs publics, qui ont la capacité d'obliger tous les bénéficiaires à assurer son financement par les mécanismes de l'impôt.

On pourrait même définir des conditions de production optimale de biens collectifs, qui ressembleraient aux conditions de production des biens privés (coût marginal = utilité marginale), chacun payant par l'impôt en fonction de la valeur qu'il attribue réellement aux biens considérés, comme dans le cadre de la fourniture de biens privés par les marchés.

¹¹ BANQUE DE FRANCE-Centrale des Bilans, *Méthodes d'analyse financière*, Banque de France, 1988, pp.12-14

² BERNIER B. et SIMON I., *Initiation à l'économie*, DUNOD 1998.

³ GRAY J. et PESGUEUX Y., « Comparaison des pratiques récentes de tableau dans quelques multinationales françaises et Nord-américaines » *Revue Française de la comptabilité*, février 1993

⁴ BOUQUIN H., *Les fondements du contrôle de gestion*, PUF. Que sais-je encore, 1994, p.241

⁵ H. JOHNSON, *The Efficiency and Welfare Implications of the International Corporation*, in CP. Kindleberger, *The International Corporation*, MIT Press, 1970

⁶ DEPALLENS Gerard., *Gestion financière*, 10^{ème} Edition Sirey, France, 1990, p.98

Appréhendée sous le prisme de la transcription en mots d'un raisonnement préalablement construit, l'écriture n'est plus alors qu'une simple mise en forme qui semble devoir couler de source qui permet de « saisir ce qui se passe dans le monde ⁷ », opère en amont.

1.1. L'approche quantitative

Cette approche vise à recueillir des données observables et quantifiables. Ce type de recherche consiste à décrire, à expliquer, à contrôler et à prédire en se fondant sur l'observation de faits et événements « positifs », c'est-à-dire existant indépendamment du chercheur, des faits objectifs⁸.

Cette méthode s'appuie sur des instruments ou techniques de recherche quantitatives de collecte de données dont en principe la fidélité et la validité sont assurées. Elle aboutit à des données chiffrées qui permettent de faire des analyses descriptives, des tableaux et graphiques, des analyses statistiques de recherche de liens entre les variables ou facteurs, des analyses de corrélation ou d'association, etc.

Comment nous allons nous y prendre pour répondre à la question?

- Procédures de collecte de données, avons procédé à l'observation de ces deux sociétés à travers leurs grilles ou barèmes tarifaires enfin de dégager les écarts des prix entre les deux sociétés.
- Matériau choisi, statistique différentielle nous permet de savoir si les barèmes tarifaires peuvent influencer significativement de la performance tant financière et économique.
- Segment d'analyse conduit à la population de référence, pour le cas d'espèce c'est les sociétés ECOP et COMENAV qui commercialisent et distribuent les vivres frais alors que l'échantillon est constituée le montant des recettes globales à percevoir dans les grilles.
- Instrument de cueillette utilisé dans cette recherche l'entretiens effectués avec les gestionnaires ou gérants et sera couplé de l'observation.

1.1.1. Les études exploratoires et explicatives

La recherche exploratoire-explicative consiste à décrire, nommer ou caractériser un phénomène, une situation ou un événement de sorte qu'il apparaisse familier. Le chercheur collecte les données en s'appuyant sur des observations, sur des entretiens ou des questionnaires. Les informations collectées sur les caractéristiques d'une population particulière, sur l'expérience d'une personne, sur un groupe ou toute autre entité sociale sont présentées sous forme de mots, de nombres, de graphiques, d'énoncés descriptifs de relations entre les variables.

1.1.2. Les études descriptives et corrélationnelles

Elles consistent à décrire comment les variables ou les concepts interagissent et comment ils peuvent être associés. La recherche porte sur la découverte de relations entre les facteurs ou les variables.

Ces méthodes rendent compte de l'actualité à l'aide de techniques telles que:

- a) L'analyse longitudinale permet de visualiser par exemple les effets des actions marketing, commerciales ou stratégiques sur une période temporelle. Au moyen de photographies successives à intervalles réguliers il est possible ainsi de visualiser les évolutions et donc de comprendre les phénomènes.
- b) La coupe instantanée, c'est l'enquête traditionnelle par questionnaire.

L'étude est descriptive-corrélationnelle si plusieurs facteurs (ou variables) sont étudiés en relations les uns avec les autres. Des analyses statistiques peuvent être utilisées pour déterminer l'existence de relations possibles entre les variables.

A l'issue de cette exploration, les informations recueillies devront faire l'objet d'un traitement spécial qui les reliera aux informations qui se sont dégagées de la revue de la littérature. Les différents éléments qui ont été dégagés de la question de recherche, la revue de la littérature et des explorations à l'issue de leur articulation opératoire doivent faire l'objet d'une mise d'ensemble qui sera le but de la problématique.

Les objectifs établis comme dans toute enquête statistique consistent à décrire une situation, comprendre les causes de la situation sur l'implication de la population à commercialisation et distribution des vivres frais à Kisangani afin de trouver des explications sur la lecture des grilles tarifaires des prix afin de dégager la performance financière des ces sociétés évoluant dans un environnement concurrentiel ou extrapoler sur l'ensemble d'une population à partir d'un échantillon⁹.

⁷ BOULOCHER, V., FLAMBARD, S., Jean, S., *L'Analyse d'un marché*, Vuibert, 2003, p.49.

⁸ GILBERT RITSCHARD, Traitement statistique des données d'enquête avec introduction à SPSS, cours inédit, Université de Genève, 2013

⁹ BECKER, Howard Saul.. *Écrire les sciences sociales*. Paris, Economica (Méthodes des sciences sociales) (éd. orig. *Writing for Social Scientists. How to Start and Finish your Thesis, Book or Article*. Chicago, Chicago University Press). 2004

Lorsque l'objectif d'une recherche est simplement de décrire une situation ou un ensemble des données, il est d'usage de justifier l'emploi de la technique statistique d'inférence qui vise, quant à elle, à extrapoler sur la population entière les résultats d'une enquête portant sur un échantillon. On décrit une situation par le biais de statistiques qui, en un chiffre ou groupe de chiffres, résumant une situation, un état ou un problème. Par contre, comprendre une situation, c'est lorsqu'on est à mesure d'expliquer les différences observées dans un échantillon au moyen de variables qui expliquent ces différences.

CHAPITRE DEUX : THEORIE DU COMPORTEMENT OLIGOPOLISTIQUE

Quels sont les déterminants de l'investissement au niveau de l'unité de la production ? La structure du marché polarise toutes les théories explicatives. Quelles que soient la portée et la diversité des analyses proposées, elles se rejoignent dans l'accent mis sur l'organisation industrielle, qui transforme les structures de départ en fonction des nouvelles possibilités proposées par l'environnement national¹⁰.

Précisément, dans cette approche microéconomique, il s'agit de repérer les principaux leviers de transformation, les opérateurs explicatifs de la production à l'autre ville du pays par rapport au siège social. Les théories sont éclectiques ; elles relèvent de facteurs spécifiques à l'industrie ou à la firme en question. A l'exception de la thèse de l'internalisation, aucune n'a une puissance suffisante pour incorporer la multiplicité des aspects ou, du moins, établir entre eux un lien de cohérence¹¹.

Quand on passe d'une interprétation statique du cycle à une vue dynamique, on ne saurait passer sous silence la théorie classique du cycle du produit, se présentant sous aspect de trois phases consécutives dans la vie du produit et montrant le mode de pénétration de l'investissement dans les pays ou ville d'accueil. Cette revue des théories explicatives microéconomiques, ne saurait être achevée sans évoquer une explication sans évoquer une explication plus globale et, du fait même, plus ambitieuse ; celle de l'internalisation du marché.

Parmi les diverses théories explicatives de l'investissement, le recours à la structure de l'organisation industrielle est celle qui est la plus classique, se référant à la conception orthodoxe de la firme. Partons d'un régime en concurrence parfaite où les firmes (COMENAV et ECOP) en question ne possèdent aucun avantage spécifique, elles produisent des biens homogènes (vivres frais et congelés), n'ayant aucun caractère qui les différencie les unes des autres. Elles ont égal accès aux facteurs de production, aucune ne subissant une contrainte spécifique. N'ayant aucune position dominante sur le marché interne.

Cette approche, inspirée de la théorie des jeux, ne va pas sans doute se heurter à certaines objections inhérentes à son mode d'interprétation. Celle-ci est relative aux mécanismes explicatifs du processus de rivalité. Si elle éclaire l'attitude des firmes menacées par la perturbation du marché, elle n'implique pas comment il faut interpréter le comportement de la firme qui, par son investissement initial, déclenche le processus de stratégie défensive des autres entreprises. C'est tout l'aspect de l'imperfection des marchés qui est passé sous silence, pour mettre en relief les actions mutuelles et réciproques des firmes rivales.

L'investissement dans une autre ville ou un autre marché devient un des instruments du jeu qui se déroule entre les grandes entreprises rivales à l'intérieur d'une structure de marché oligopolistique. La stratégie prédomine sur tout avantage inhérent aux firmes, ce qui explique la mise en veilleuse des avantages monopolistiques¹².

2.1. Externalisation de la commercialisation et distribution des vivres frais

Le circuit de distribution engendre une sorte d'asymétrie d'information entre les compartiments du marché, il s'agit de : les détaillants, les par-colis d'une part et les demi-grossistes, et les grossistes de l'autres.

De la même façon, quand une usine dégage du gaz carbonique qui se reprend dans l'atmosphère, des techniques agricoles intensives se traduisent par importante augmentation du taux de nitrates dans l'eau, il en résulte une pollution de l'air ou de l'eau nuisible à la population et pour laquelle l'entreprise est à l'origine de cette pollution qui ne subit à priori aucun coût. Les économistes parlent à ce propos d'externalités.

Il existe une externalité ou effet externe lorsque les « coûts » et les avantages liés à une transaction ne sont pas pleinement reflétés dans le prix du marché »¹³. Ainsi, quand une entreprise (COMENAV) implante sa chambre froide met en vente ses produits halieutiques (poissons congelés), elle se situe en amont et les intermédiaires revendeurs (grossistes, semi-grossiste, demi-grossistes, par-colis...) s'interposent sans en aval pour exercer les activités de négoce

¹⁰ALCHIAN et DEMZTEZ, « Production, Information costs and Economic Organization » *American Economic Review*, 1972, pp.777-745

¹¹H.BAUMANN, *The Determinants of the Patten Foreign Direct Investment; some hypothesis reconsidered* Weltwirtschaftliches Archiv., vol.III, 4, 1975.

¹²LALL SAUL, et SIDDHARTAN., *The monopolistic Advantages of Multinationals Lessons from Foreign Investinment in the US*, *Economic Journal*, 1982, pp.668-683.

¹³BOULOCHER, V., FLAMBARD, S., *L'Analyse d'un marché*, Vuibert, Bruxelles, 2003, p.49.

pour venir surcharger le prix aux consommateurs finaux, c'est-à-dire l'intermédiation vient par conséquent à réduire leur pouvoir d'achat¹⁴.

2.2. Conséquences de l'externalité de la commercialisation et distribution des vivres frais; théorie de passager clandestin

Le bilan est censé refléter la valeur de l'actif, du passif et des fonds propres à un moment donné dans le temps. Le compte de résultats reflète pour sa part l'évolution des recettes et des dépenses découlant des transactions réelles ou financières ou d'autres événements pertinents, au cours d'une période comptable particulière. Ainsi, le solde de ce compte doit correspondre à la différence entre la variation de l'actif et la variation du passif; il représente la variation de la valeur des fonds propres avant les transactions avec les actionnaires (apports de capital ou distribution de bénéfices).

Plusieurs des normes et règles financières en vigueur sont fondées sur les principes de la comptabilité au coût d'origine. En vertu de ce système, l'actif et le passif sont comptabilisés à leur valeur réelle au moment de la transaction originale. L'application stricte de ce principe exigerait que la variation de la valeur des éléments du bilan soit prise en compte uniquement après la réalisation. Néanmoins, pour préserver l'intégrité et le contenu informatif des états financiers, les normes et règles comptables exigent ou permettent la reconnaissance de certains gains ou pertes à mesure qu'ils sont comptabilisés, ce qui donne en pratique une méthode se situant à mi-chemin entre les deux extrêmes que représentent la comptabilisation au coût d'origine et la comptabilisation à la valeur marchande. Ainsi, par exemple, la plupart des règles exigent que les pertes non réalisées dans le portefeuille des banques soient reconnues par leur comptabilisation à la valeur marchande. Par contre, la reconnaissance des gains ou pertes non réalisés dans le portefeuille d'investissement en obligations d'une banque peut, dans certaines conditions.

2.3. Théorie de l'agence

La théorie de l'agence s'inscrit dans une vision contractuelle de la firme, où les acteurs sont cocontractants et unis par des relations d'agence. La relation d'agence est un contrat par lequel une ou plusieurs personnes (le principal) engageant une autre personne (l'agent) pour exécuter en son nom une tâche quelconque qui implique une délégation d'un certain pouvoir de décision à l'agent.

La théorie de l'agence ou théorie des mandats entend ici remettre en cause le postulat représentant l'entreprise comme un acteur unique, pour mettre l'accent sur les divergences d'intérêts potentiels entre les différents partenaires de l'entreprise (dirigeants, actionnaires et créanciers). Et pour le cas d'espèce, nous avons les grossistes, demi-grossistes, les par-colis et *chayeurs* de vivres frais vendus et revendus par ces intermédiaires en cascade à Kisangani. En effet, pour ceux deux catégories d'auteurs, les différents acteurs intervenant dans la commercialisation des vivres frais à Kisangani sur la chambre froide de COMENAV, où s'ils veulent maximiser leur propre utilité, peuvent avoir des intérêts qui ne sont pas mandatés par les principaux dirigeants ou actionnaires, qui leur ont délégué leur pouvoir de décision, n'agissent pas nécessairement au mieux des intérêts de leurs mandats.

La théorie de l'agence ou des mandats correspond donc à une tentative de mise en parallèle de la théorie financière et de la théorie des organisations¹⁵. Cette relation pose le problème du fait de la divergence d'intérêts et d'asymétrie de l'information entre les deux parties, lesquelles engendrent tout un ensemble de catégories de coûts, désigné sous le nom de coût d'agence : la surveillance (*monotoring costs*) pour éviter les comportements déviants des mandataires, les dépenses d'incitation, les coûts de justification (*bonding costs*) pour convaincre les mandats que leurs actions sont bien conformes à leurs intérêts, le coût d'opportunité (écart entre le résultat de l'action pour le principal et le comportement optimal pour le principal).

2.3.1. Théorie d'asymétrie de l'information

Dans les relations d'agence, il y a asymétrie de l'information, c'est-à-dire que l'information détenue par les personnes n'est pas la même : l'agent a en général une connaissance plus grande sur la tâche qu'il doit accomplir que le principal, donc le contrat est incomplet et si le principal veut contrôler l'agent, il doit supporter des coûts d'agence (dépenses de surveillance, par exemple les commissaires aux comptes, dépenses d'incitation par exemple distribution de stock-options aux dirigeants pour les placer dans la situation du principal et intégrer ses préoccupations).

Les asymétries de l'information¹⁶ sont également un cas majeur de la défaillance du marché. En théorie, les caractéristiques des biens et services sont parfaitement définies et connues des agents économiques ; dans les faits cette information est imparfaite et peut être différentes selon les catégories d'acheteurs et de vendeurs.

Le cas célèbre est celui de vendre (commercialiser) les vivres frais, le fournisseur connaît parfaitement le prix de produits (poissons congelés) et ses éventuels défauts cachés, l'acheteur craint souvent non sans raison ; de ce découvrir qu'après l'achat. Et aussi les intermédiaires (les semi-grossistes, grossistes, par-colis...) au milieu entre les fournisseurs et l'acheteur en dernier ressort.

¹⁴ ELIAS, Norbert et John SCOTSON. *Logiques de l'exclusion : enquête sociologique au cœur des problèmes d'une communauté*. Paris, Fayard, 1997p.687.

¹⁵ FRITZ, S., *Moi et le Management : être acteur de son développement*, Ed. De Boeck, Bruxelles, 1998, p.642

¹⁶ McMILLAN, J. *aliiis*, « The Impact of china's Economic Reforms on Agricultural Productivity Growth » *Journal of Political Economy*, 97,1,1989,761-807

Ceci intègre donc cette perte potentielle dans le prix qu'ils acceptent de payer pour chaque type de poissons ainsi que les vendeurs potentiels des poissons... car ils savent qu'ils ne les trouveront pas d'acheteurs pour leur prix réels. Il en résulte la tendance à surpayer les praticiens réputés et sans payer les praticiens de qualité équivalente qui ne bénéficient pas de la même notoriété.

Les asymétries entraînent des effets de retraits de l'offre ou de la demande par rapport à ce qu'elles seraient si l'information était symétrique, ou des effets de « *star-system* ».

Dans le problème de l'acquisition et de l'amélioration de l'information, de l'oiseau rare, celui qui pourra garantir le renflouement de la bourse du chef, était le bienvenu, ainsi on part des hypothèses suivantes comme hypothèses de base :

- * Asymétrie de l'information : entre deux agents économiques en tractation, l'une des deux seulement détient l'information, et l'autre n'en détient pas ;
- * Celui qui ne détient pas l'information déploie des efforts ou consacre des ressources pour l'obtenir de l'autre agent ;
- * Des risques restent inhérents au processus d'amélioration de l'information : contractants, généralement le bénéficiaire, verse dans l'opportunisme pour faire subir un préjudice à l'autre. Ce risque *ex-post* désigne l'aléa moral.

CHAPITRE TROIS : PRESENTATION DES DONNEES, ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS.

Tableau n°01 : Ventilation des barèmes tarifaires des prix en milliers de francs congolais

A	Articles	Construction métallique & Navale		Economat du Peuple		Ecart	
		Montant	%	Montant	%	Montant	%
1	Poulet nu	91.000	14,02	98.000	13,70	7.000	10,60
2	Poulet Wilky P12	105.000	16,17	118.000	16,50	13.000	19,70
3	Poulet Wilky P13	111.000	17,10	124.000	17,34	13.000	19,70
4	Poulet Wilky P14	115.000	17,71	131.000	18,32	16.000	24,20
5	Cuisse à rotir	77.000	11,86	82.000	11,46	5.000	7,60
6	Cuisse à bouillir	87.000	13,40	92.000	12,86	5.000	7,60
7	Dos de poulet	63.000	9,70	70.000	9,82	7.000	10,60
		649.000	32,53	715.000	31,56	66.000	24,44
B	Mpiodi pour 20Kg						
8	Mpiodi 14M	118.000	14,22	134.000	14,13	16.000	13,55
9	Mpiodi 16M	124.000	14,93	142.000	14,97	18.000	15,25
10	Mpiodi 16+	132.000	15,90	153.000	16,13	21.000	17,79
11	Mpiodi 18+	144.000	17,34	163.000	17,19	19.000	16,10
12	Mpiodi 20+	151.000	18,19	173.000	18,24	22.000	18,65
13	Mpiodi 25+	161.000	19,42	183.000	19,34	22.000	18,65
	S/Total	830.000	41,60	948.000	41,85	118.000	43,70
C	Thon pour 30Kg						
14	Mackerel Thon 25+	180.000	34,88	214.000	35,54	34.000	39,53
15	Mackerel Thon 20+	171.000	31,13	199.000	33,07	28.000	32,55
16	Sardine SM	165.000	33,99	189.000	31,39	24.000	27,92
	S/Total	516.000	25,87	602.000	26,59	86.000	31,86
	TOTAL GENERAL DU GROUPE	1.995.000	100	2.265.000	100	270.000	100

Source : Nos enquêtes sur terrain

Commentaire : Il sied de remarquer qu'à la lecture de ce tableau que l'écart global se situe à 270.000Fc entre les deux sociétés, ventilé de la manière suivante : pour le Poulet de 10Kgs, 66.000 Fc (soit 24,44%), pour Mpiodi de 20Kgs 118.000 Fc (soit 43,70%) et pour le Thon 96.000 Fc (soit 31,86%).

3.1. Analyse et traitement des données

De prime à bord, nous avons observé dans le tableau n°01 que les deux sociétés de commercialisation et de distribution des vivres frais à Kisangani pratique une politique commerciale dans la fixation des prix, alors que sur les barèmes tarifaire des prix, se dégage des écarts. Cette situation nous permet de se poser des questions qui consistent de savoir si cet écart ne peut pas influencer négativement sur la performance financière ou sur la rentabilité de chacune d'entre elles.

Ainsi, nous allons scruter une analyse qui ferait usage des tests statistiques pour nous donner une idée nette en termes de comparaison de leurs moyennes, dans un premier temps et ensuite en termes de leurs variances.

3.1.1. Technique de traitement de données

* Procédure pour un test de comparaison

Face à un tel problème de comparaison, voici les étapes nécessaires ;

1. Il faut se poser une question-problème
2. Identifier que c'est une question de comparaison
3. Se rendre compte que les scores sont indépendants
4. Identifier les variables et leur type d'échelle
5. Choisir le test

6. Vérifier les conditions d'application du test
7. Appliquer la procédure de résolution
8. Enoncer la conclusion.

*** Choix du test**

En fonction des caractéristiques des variables indépendantes et dépendantes, le choix des tests de comparaison peut-être éclairé par le tableau ci-après.

Variable indépendante	Variable dépendante				
	Nom. Dich	Nom. multi	Ord. Cat rangée	Ord. Score rangés	Intervalle
Nom. dicho	Fisher	Chi χ^2	K-S		t de Student
Nom. multi	Chi χ^2	Chi χ^2		Kruskal-Walis	ANOVA
Ord. Cat. rangée	Chi χ^2	Chi χ^2	K-S		t de Student

3.2. Test « t » de Student pour la recherche de comparaison

Pour de raison de commodité d'espace, nous allons inscrire les chiffres en milliers d'unités monétaires, c'est-à-dire sans les trois zéro.

La variable dépendante étant la performance financière ou rentabilité, est une variable nominale dichotomique d'intervalle et tandis que la variable indépendante, le barème tarifaire des prix de vente des vivres frais, est une variable nominale multichotomique ou ordinale de catégorie rangée.

Par rapport à ce test, nous allons procéder à des étapes suivantes :

1. Etape 1 : Calcul pour le groupe 1 (Société COMENAV)

$\sum X_1$	Somme $\sum X_{i1}$	1.995
\bar{X}_1	Moyenne $\sum \frac{X_{i1}}{n_1}$	$\frac{1995}{16} = 124,68$
$(X_1)^2$	Carré de total $(X_1)^2$	$(1995)^2 = 3.980.025$
$(nX_1)^2$	Somme des carrés $\sum (nX_1)^2$	= 1.012.657
$\sum \frac{(X_1)^2}{n_1}$	Moyenne des carrés	$= \frac{3.980.225}{16} = 248.751,56$

2. Etape 2 : Calcul pour le groupe 2 (Société ECOP)

$\sum X_2$	Somme $\sum X_{i2}$	2.265
\bar{X}_2	Moyenne $\sum \frac{X_{i2}}{n_2}$	$\frac{2.265}{16} = 141,56$
$(X_2)^2$	Carré de total $(X_2)^2$	$(2.265)^2 = 5.130.225$
$(nX_2)^2$	Somme des carrés $\sum (nX_2)^2$	= 348.787
$\sum \frac{(X_2)^2}{n_2}$	Moyenne des carrés	$= \frac{348.787}{16} = 320.639,06$

3. Etape 3 : Calcul de t par la formule

$$t = \frac{|\bar{x}_1 - \bar{x}_2|}{\sqrt{\left\{ \frac{[\sum(x_1)^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{n_1}] + [\sum x_2^2 - \frac{(\sum x_2)^2}{n_2}]}{(n_1+n_2)-2} \right\} \left\{ \frac{n_1+n_2}{n_1 n_2} \right\}}}$$

$$= \frac{[124,68 - 141,56]}{\sqrt{\left\{ \frac{[1.012.657 - 248.751,56] + [348.787 - 320.639,06]}{(16+16)-2} \right\} \left\{ \frac{16+16}{16 \times 16} \right\}}}$$

$$= \frac{16,88}{57,447} = 0,2938$$

4. Etape 4, Degré de liberté ; dl

$$dl = (n_1 + n_2) - 2 = 32 - 2 = 30$$

Pour le test issu de la valeur critique au seuil de 5%, t = 2,042

5. Décision : étant donné que la valeur calculée (0,293) est inférieure à la valeur tabulée (2,042) au seuil de 5%, nous acceptons l'hypothèse nulle H_0 .

En conclusion on ne peut affirmer que les moyennes des barèmes tarifaires des prix de deux sociétés de commercialisation et de distribution des vivres frais à Kisangani s'écartent significativement, c'est-à-dire $m_1 = m_2$ car l'écart constater n'est que trop modique de 270.000 Francs congolais, soit environ de 113 dollars américains.

Donc, le barème tarifaire explique la performance financière ou la rentabilité de ses deux sociétés à l'occurrence la société de Construction Métallique et Navale de Kisangani (COMENAV) d'une part et de la Société Economat du Peuple (ECOP).

3.1.2. Analyse de variance pour la recherche de comparaison : ANOVA

L'ANOVA est l'une des techniques statistiques la plus utilisée dans la recherche scientifique et plus particulièrement en science de l'homme. Deux raisons expliquent la popularité et l'utilité de cette technique.

- Tout d'abord l'ANOVA concerne, comme le fait *t de student* les différences entre les moyennes d'échantillon mais contrairement à *t de student*, elle n'impose aucune restriction au nombre des moyennes, au lieu de nous demander si deux moyennes différentes, nous pouvons aller à se demander jusqu'au 3, 4, 5 K groupes des moyennes différentes,
- En outre, l'ANOVA nous permet de traiter simultanément deux ou plusieurs variables indépendantes. Et donc d'étudier non seulement des effets individuels d'interaction de deux ou plusieurs variables.

3.1.2.1. Analyse de la variance et traitement

La variable dépendante étant la performance financière ou rentabilité, est une variable nominale dichotomique d'intervalle et tandis que la variable indépendante, le barème tarifaire des prix de vente des vivres frais, est une variable nominale multichotomique ou ordinale de catégorie rangée.

Méthodes à suivre :

- Question-problème

Peut-on affirmer que K groupe former à partir de la variable indépendante (le barème tarifaire des prix) sont issues des populations (sociétés de commercialisation et de distribution des vivres frais à Kisangani) ont des moyennes similaires pour la variable dépendante (la performance financière ou la rentabilité) donc appartiennent à la population de référence (COMENAV et ECOP).

- Variables

Variable indépendante : variable nominale dichotomique ou multichotomique

Variable dépendante : variable d'intervalle

- Hypothèses

H_0 : Les K groupes possèdent des moyennes identiques et appartiennent ainsi à la même population,

H_1 : Les K groupes proviennent des populations ayant des moyennes différentes (test bilatéral)

- Condition d'application

- a. Les K échantillons sont extraits aléatoirement
- b. Les populations sont normalement distribuées pour la variable dépendante
- c. Les populations ont des variances identiques ou homogénéités
- d. Les populations ont des moyennes identiques
- e. La première condition, c'est qui garantie par la recherche
- f. La quatrième condition fait l'objet de l'analyse de la variance et la deuxième et la troisième condition doivent être vérifiées au préalable.

- Tableau des données

N°	Groupe 1	Groupe 2	Gk
1	X_{11}	X_{21}	X_{1k}
2	X_{12}	X_{22}	X_{2k}
3	X_{13}	X_{23}	X_{3k}
...
...
n	X_{n1}	X_{n2}	X_{nk}
	T_1	T_2	T_k

Legende

X_{ij} : un score individuel dans un groupe

n= effectif total de chaque groupe

K= nombre de groupe

N= effectif total de tous les

- Procédure

1. Etape 1 : Calculez pour chaque groupe T_j
2. Etape 2 : Calculez le total général des scores
3. Etape 3 : Calculez la somme des carrés des scores
4. Etape 4 : Calculez la somme des carrés de total
5. Etape 5 : Calculez la somme des carrés entre groupes
6. Etapes 6 : Calculez la somme des carrés dans les groupes ou la somme des carrés des erreurs
7. Etape 7 : Calculez les nombres de degré de liberté
8. Etape 8 : Calculez les carrés moyens pour les groupes et l'erreur
9. Etape 9 : La comparaison de deux estimations par le rapport de Fisher
10. Etape 10 : Se référer à la table F avec K-1

Traitement des données

	Groupe 1	Groupe 2	Total
Poulet	649	715	1.364
Mpodi	830	948	1.778
Thon	516	602	1.118
Tj	T1 = 1.995	T2 = 2.265	$\sum X = 4.260$
$\sum X^2$	1.376.357	1.772.334	3.148.691

* Calculez la somme des carrés de total

$$SC_{total} = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N} =$$

$$= 3.148.691 - 3.024.600$$

$$= 124.091$$

* Calculez la somme des carrés entre groupe

$$SC_{trait} = \frac{\sum T^2}{n} - \frac{(\sum x)^2}{N}$$

$$= \frac{(1.995)^2 + (2.265)^2}{3} - \frac{(4.260)^2}{6}$$

$$= 3.036.750 - 3.024.600$$

$$= 12.150$$

* Calculez la somme des carrés dans les groupes ou la somme des carrés des erreurs

$$SC_{erreur} = SC_{tot} - SC_{trait}$$

$$= 124.091 - 12.150 = 111.941$$

* Calculez les nombres de degré de liberté

$$dl_{tot} = (k - 1) = (9 - 1) = 8$$

$$dl_{trait} = (k - 1) = (2 - 1) = 1$$

$$dl_{erreur} = k(n - 1) = 3(2 - 1) = 3$$

* Calculez les carrés moyens pour les groupes et l'erreur

$$CM_{trait} = \frac{SC_{trait}}{dl_{trait}} = \frac{12.150}{1} = 12.150$$

$$CM_{erreur} = \frac{SC_{erreur}}{dl_{erreur}} = \frac{111.941}{3} = 37.313,66$$

* La comparaison de deux estimations par le rapport de Fisher

$$F = \frac{CM_{trait}}{CM_{Erreur}} = \frac{12.150}{37.313,66} = 0,3256$$

* F calculé = 0,325

* F critique = 2,158

Remarque : Généralement les étapes 8 et 9 se réalisent directement dans le tableau de l'analyse de la variance (ANOVA). Ce tableau se présente de la manière suivante.

Source de variation	dl	SC	CM	Fcalculé	F.critique	Décision
Entre groupe trait	1	12.150	12.150	0,3256	2,158	NS
Intra groupe (erreur)	3	111.941	37.313,66			
TOTAL	4	124.091				

Conclusion : accepter l'hypothèse nulle H_0 signifie que les moyennes de K groupes sont identiques en d'autres termes les groupes sont issus en ce qui concerne la variable dépendante d'une même population ou de la population de référence ayant les mêmes moyennes. Alors que rejeter H_0 revient par contre signifier que les moyennes des groupes sont statistiquement différentes.

Donc comme $al < F_{crit}$, on ne peut affirmer que les moyennes des barèmes tarifaires des prix de deux sociétés de commercialisation et de distribution des vivres frais à Kisangani s'écartent significativement, c'est-à-dire $m_1 = m_2$ car l'écart constater n'est que trop modique de 270.000 Francs congolais, soit environ de 113 dollars américains.

Donc, le barème tarifaire n'explique pas la performance financière ou la rentabilité de ses deux sociétés à l'occurrence la société de Construction Métallique et Navale de Kisangani (COMENAV) d'une part et de la Société Economat du Peuple (ECOP).

Conclusion :

Nous sommes parti d'un constat selon lequel les écarts observés sur les barèmes tarifaires des prix appliqués par deux sociétés de commercialisation et de distribution des vivres frais à Kisangani, un marché imparfaitement organisé et contrôlé par le système libéral de l'économie de marché.

Le marketing mix oblige chacune d'entre elles fixe le prix selon le coût d'opportunité sur les grilles présentent un minime écart de 270.000 Francs congolais, ce qui laisse à croire qu'il y a une société qui aurait bénéficié la performance financière ou la rentabilité plus que l'autre. Cet écart est ventilé de la manière suivante : pour le poulet de 10Kgs avec un écart de 66.000 Fc (soit 24,44%) ; pour le Mpiodi, il se chiffre à 118.000Fc (soit 43,7%) ; pour le Thon, il se situe à 96.000Fc (soit 35,55%).

Face à cette réalité, peut-on affirmer que les groupes formés à partir de barèmes tarifaires des prix des vivres frais de ces deux sociétés qui commercialisent et distribuent les vivres frais à Kisangani, connaissent des moyennes similaires de recettes qui expliquent leur performance financière ou leur rentabilité ?

Avec l'usage de méthode inductive impliquant le test « *t de Student* » et l'analyse de la variance « ANOVA » avaient permis de mener à bon port cette recherche de comparaison avec K groupes des moyennes constituées.

Les deux techniques nous ont montré d'ailleurs que la politique de prix discriminatoire n'explique pas la performance ou la rentabilité que connaissent les sociétés en place, car l'ECOP, ancienne et bien implantée, jouit du monopoleur antique et l'autre la COMENAV veut pénétrer le marché pour en faire sa part du marché en faisant le rabais de 10.000Fc chaque groupe des vivres. Voilà pourquoi, les deux sociétés jouissent sur un même marché bien que concurrentiel et imparfaitement organisé et contrôlé d'un régime monopolistique et en même temps d'un régime oligopolistique.

BIBLIOGRAPHIE

- [1]. ALCHIAN et DEMZTEZ, « Production, Information costs and Economic Organization » *American Economic Review*, 1972.
- [2]. BANQUE DE FRANCE-Centrale des Bilans, *Méthodes d'analyse financière*, Banque de France, 1988.
- [3]. BECKER, Howard Saul.. *Écrire les sciences sociales*. Paris, Economica (Méthodes des sciences sociales) (éd. orig. *Writing for Social Scientists. How to Start and Finish your Thesis, Book or Article*. Chicago, Chicago University Press). 2004
- [4]. BERNIER B. et SIMON I., *Initiation à l'économie*, DUNOD 1998.
- [5]. BOULOCHER, V., FLAMBARD, S., Jean, S., *L'Analyse d'un marché*, Vuibert, 2003.
- [6]. BOULOCHER, V., FLAMBARD, S., *L'Analyse d'un marché*, Vuibert, Bruxelles, 2003.
- [7]. BOUQUIN H., *Les fondements du contrôle de gestion*, PUF. Que sais-je encore, 1994
- [8]. DEPALLENS Gérard., *Gestion financière*, 10ème Edition Sirey, France, 1990
- [9]. ELIAS, Norbert et John SCOTSON. *Logiques de l'exclusion : enquête sociologique au cœur des problèmes d'une communauté*. Paris, Fayard, 1997.
- [10]. GILBERT RITSCHARD., *Traitement statistique des données d'enquête avec introduction à SPSS*, cours inédit, Université de Genève, 2013
- [11]. GRAY J. et PESGUEUX Y., « Comparaison des pratiques récentes de tableau dans quelques multinationales françaises et Nord-américaines » *Revue Française de la comptabilité*, février 1993
- [12]. H.BAUMANN, *The Determinants of the Patten Foreign Direct Investment; some hypothesis reconsidered* *Weltwirtschaftliches Archiv.*, vol.III, 4, 1975.
- [13]. H.JOHNSON, *The Efficiency and Welfare Implications of the International Corporation*, in *CP. Kindleberger*, *The International Corporation*, MIT Press, 1970