

Synthèse rédigée :

1. Comment le consommateur prend-il ses décisions ?

A Pourquoi les consommateurs prennent-ils des décisions ?

La rareté au sens économique exprime le fait que les ressources sont produites en quantité limitée. La rareté est un problème majeur de l'économie, car les individus ont des envies illimitées et des ressources par essence limitées. De la même manière qu'un ménage ne peut donner à chacun de ses membres ce qu'il désire, une économie ne peut donner à chaque individu le niveau de vie élevé auquel il aspire.

Les économistes, par conséquent, étudient la manière dont les gens prennent des décisions : combien de temps ils vont travailler, ce qu'ils vont acheter, combien ils vont épargner, et comment ils vont placer leur épargne.

Les décisions des agents économiques de produire, d'investir ou de consommer résultent d'une analyse coût / avantage / risque.

Avant de prendre une décision de consommation, d'épargne ou d'investissement, les agents économiques font des prévisions qui intègrent leurs préférences, des éléments de coûts et font ressortir les avantages et les risques des différentes options possibles afin de pouvoir faire leurs choix.

B Comment les consommateurs prennent-ils leurs décisions ?

Dans tous les domaines de la vie d'un homme, ce dernier agit de manière rationnelle lorsqu'il est question de prendre des décisions. Par exemple, lors d'une décision d'investissement, un investisseur fait ses choix, en fonction de l'utilité qui en découle, c'est-à-dire en fonction du bénéfice qu'il est possible d'obtenir à partir de chaque décision. C'est ce niveau d'utilité, qui correspond donc à un niveau de satisfaction ou de bénéfice, qui nous amène à y associer un niveau de risque acceptable.

La rationalité veut dire que l'agent économique effectue ses choix de façon à choisir la meilleure solution compte tenu de l'ensemble des possibilités qui s'offrent à lui. Le concept de rationalité est lié au concept de la cohérence des choix de l'agent, cela veut dire que, placé dans les mêmes conditions, l'agent referait le même choix.

Pour prendre la meilleure des options possibles, l'agent économique va aussi prendre en compte le coût d'opportunité des options qui s'offrent à lui.

Le coût d'opportunité est le terme utilisé pour nommer ce à quoi l'agent économique renonce lorsqu'il décide quelque chose. Grâce à ce coût, l'agent économique peut ainsi évaluer les diverses options qui se présentent à lui, afin de simplifier sa prise de décision.

Ce coût ne concerne pas uniquement l'argent, il peut par exemple concerner la façon dont vous employez votre temps, si vous décidez d'aller au cinéma ou de regarder un film chez vous lorsque vous avez une soirée libre.

2 Comment expliquer les décisions du producteur à partir des principaux concepts économiques ?

A Les choix de production et les facteurs de production

La fonction production englobe l'ensemble des activités qui transforment des matières premières et des composants en produits vendus aux clients. Suivant la nature de la production, on distingue plusieurs types de production :

- production en continu : les produits sont transformés par des opérations successives non découpables (comme dans la chimie) ;
- production en discontinu : les opérations successives peuvent être interrompues (comme dans la fabrication des voitures ou ordinateurs) ;
- production par projet : les opérations sont réalisées pour la production d'un seul bien ou service (fusée, film...).

L'importance de la fonction production peut s'appréhender à plusieurs niveaux :

- sur le plan financier, la mise en place d'un système de production adapté permet de réduire considérablement les coûts de production tout en assurant des marges élevées ;
- sur le plan commercial, une fonction de production flexible (c'est-à-dire qui peut changer rapidement de produit fabriqué) permettra de s'adapter plus rapidement aux goûts et attentes des consommateurs.

B Le choix de la quantité optimale de production

Selon les économistes, l'objectif de l'entreprise se limitait essentiellement à la maximisation du profit.

Rappelons que le profit est la différence entre les recettes et les coûts de l'entreprise.

À l'aide de calculs mathématiques, les économistes pouvaient alors prédire la quantité à produire pour que le profit soit le plus élevé possible. Pour ce faire, ils utilisent le raisonnement à la marge.

Le raisonnement à la marge est constamment présent dans les analyses microéconomiques. Il permet d'expliquer le comportement des consommateurs et des producteurs. En effet, il permet de comprendre ce qui pousse le producteur à augmenter sa quantité de production.

Ce raisonnement fait intervenir le coût marginal c'est-à-dire le coût de production supplémentaire nécessaire à la production d'un produit supplémentaire.

Pour décider de produire un article supplémentaire, le producteur va comparer le coût de fabrication de cet article à la recette que ce dernier lui apportera.

C'est-à-dire qu'il va, dans le jargon des économistes, comparer le coût marginal et la recette marginale.

Si le coût marginal est supérieur à la recette marginale, il ne fabriquera pas cet article.

Ainsi, tant que ce coût marginal est inférieur au prix de vente, le producteur a intérêt à augmenter sa production, car la recette marginale (bénéfice supplémentaire) va augmenter le profit.