

Chapitre 2 - Les décisions du consommateur et du producteur

Notions :

- Les préférences et choix économiques
- Les coûts d'opportunité
- Préférences individuelles
- La rationalité et l'utilité individuelles
- La maximisation et le raisonnement à la marge.
- La rareté, la valeur, l'utilité marginale.
- La production, les ressources et les facteurs de production
- Égalisation entre coût marginal et recette marginale.

1. Comment expliquer les décisions du consommateur ?

1.1. Les coûts d'opportunité

Dans un environnement où les ressources sont limitées, mais les désirs peuvent être illimités, un consommateur doit faire des choix sous certaines contraintes, telles que le revenu, le temps et l'information. Cela signifie que l'agent économique doit effectuer des arbitrages pour atteindre un certain niveau de satisfaction.

Lorsqu'un agent économique fait un choix, il sélectionne une option au détriment des autres. En d'autres termes, il renonce à quelque chose pour effectuer ce choix. Le coût d'opportunité représente ce à quoi l'agent économique a renoncé en faisant son choix. Il s'agit du sacrifice consenti pour réaliser ce choix, c'est-à-dire le gain qui aurait pu être obtenu grâce à la meilleure alternative possible.

En d'autres termes, c'est le bénéfice ou la satisfaction que l'on aurait pu obtenir en choisissant une autre option.

Exemple : si vous décidez de poursuivre des études supérieures plutôt que de commencer à travailler immédiatement, le coût d'opportunité inclut le salaire que vous auriez pu gagner pendant cette période.

1.2. La rationalité et l'utilité individuelle des agents

L'agent économique est rationnel, ce qui signifie qu'il réfléchit et calcule pour atteindre ses objectifs

de la manière la plus efficace possible, en tenant compte des contraintes telles que les ressources limitées.

La rationalité du consommateur se traduit par la recherche de la satisfaction maximale au moindre coût. Un consommateur rationnel est logique, calculateur, cohérent et égoïste. Il est parfaitement informé des conditions de prix et de son revenu, et son unique motivation est de maximiser son utilité, c'est-à-dire le degré de satisfaction généralement obtenu par la consommation de produits. La valeur d'un bien est déterminée par l'utilité qu'il procure.

L'utilité marginale, ou l'utilité de la dernière unité consommée mesure la satisfaction supplémentaire obtenue par la consommation d'une unité supplémentaire d'un bien. Le consommateur rationnel cherche à maximiser son utilité et continuera à consommer un bien tant que son utilité marginale est positive, c'est-à-dire tant que son utilité totale augmente.

2. Comment expliquer les décisions du consommateur ?

2.1. L'objectif du consommateur : maximiser son utilité

Lorsqu'il fait ses choix de consommation, le consommateur doit effectuer des arbitrages, c'est-à-dire décider entre consommer un bien plutôt qu'un autre et déterminer les quantités à acheter. L'objectif du consommateur est de maximiser sa satisfaction, que l'on appelle "utilité" en économie, à travers ses choix.

Pour ce faire, le consommateur compare les "coûts" et les "bénéfices" de chaque option disponible.

Ses choix dépendent de plusieurs facteurs :

- Ses préférences individuelles, telles que ses goûts, besoins, valeurs et culture ;
- Ses contraintes, principalement son budget ;
- Le prix des différents biens qu'il envisage d'acquérir.

2.2. La valeur d'un bien

La valeur des biens ou des services pour les agents économiques est déterminée par leur rareté et leur utilité marginale. Les préférences d'un individu peuvent être évaluées par ce que les économistes appellent l'utilité marginale, qui mesure la satisfaction procurée par la consommation d'une unité supplémentaire d'un bien.

Le lien entre le prix et la rareté découle de l'utilité marginale. Cette approche repose sur la satisfaction individuelle apportée par la dernière unité consommée d'un bien. L'utilité marginale, ou l'utilité de la dernière unité est d'autant plus élevée que la quantité disponible du bien est faible, ce qui augmente sa valeur. Inversement, un bien disponible en grande quantité a une utilité marginale faible, même si son utilité totale est élevée, ce qui diminue sa valeur.

Un prix élevé indique généralement une certaine rareté, tandis qu'un prix faible reflète l'abondance.

Exception à ce principe, l'eau a une utilité totale très élevée, mais une utilité marginale faible en raison de son abondance, ce qui explique son prix bas ou nul. À l'inverse, le diamant, bien que son utilité totale soit insignifiante comparée à celle de l'eau, a une forte utilité marginale en raison de sa rareté, ce qui explique son prix élevé.

3. Comment expliquer les décisions du producteur ?

3.1. Que produire et en quelle quantité ?

La question de la production (que produire et en quelle quantité ?) dépend à la fois des quantités et du coût des ressources disponibles (facteurs de production : travail, capital) et de la valeur du bien fabriqué, exprimée par son prix.

Le producteur doit déterminer quelle quantité de biens et services il produira ainsi que le moment où la production sera mise en œuvre.

En réalisant ces choix, l'objectif du producteur est de maximiser son profit (son bénéfice).

Le bénéfice se calcule ainsi :

$$\begin{aligned} \text{Profit} &= \text{chiffre d'affaires (CA)} - \text{coûts} \\ &= (\text{quantité vendue} \times \text{prix de vente}) - \text{coûts} \end{aligned}$$

3.2. Raisonnement à la marge et quantité à produire

L'entrepreneur est un agent rationnel qui cherche en premier lieu le profit. Le raisonnement de l'entrepreneur va être de nature marginaliste. Il produit tant que le coût marginal de la dernière unité produite est inférieur à la recette marginale d'une unité supplémentaire qui en concurrence parfaite est égal au prix du marché.

En dessous de ce niveau de production, l'entreprise a un manque à gagner, car elle pourrait gagner plus en produisant plus. Au-dessus du niveau où le **coût marginal est égal à la recette marginale**, l'entreprise subit une perte, car la dernière unité produite coûte plus cher que ce qu'elle rapporte.

| Quantités | Coût total | Coût marginal | Recette totale | Recette marginale | Profit | Profit marginal |
|-----------|------------|---------------|----------------|-------------------|--------|-----------------|
| 0 | 10 | 10 | 0 | 0 | -10 | -10 |
| 1 | 20 | 10 | 20 | 20 | 10 | 10 |
| 2 | 30 | 10 | 40 | 20 | 30 | 10 |
| 3 | 45 | 15 | 60 | 20 | 45 | 5 |
| 4 | 60 | 15 | 80 | 20 | 65 | 5 |
| 5 | 80 | 20 | 100 | 20 | 80 | 0 |
| 6 | 105 | 25 | 120 | 20 | 95 | -5 |

Coût marginal = $20 - 10 = 10$ (quantité 1)

Recette marginale = $20 - 0 = 20$ (quantité 1)

Pour la quantité 6, l'entreprise perd de l'argent, le coût marginal > recette marginale. Il doit s'arrêter à 5 quantités.