

Fiche

Consommer est une opération économique d'utilisation destructrice de biens et de services par un agent. Ce phénomène se met en œuvre dès lors que deux acteurs établissent une relation : d'une part, le consommateur et, d'autre part, le producteur, qui répond à la demande du consommateur. Par conséquent, ce qui est produit et ce qui sera consommé est déterminé par le choix de chacun de ces agents économiques guidés par différentes motivations, mais dont l'objectif est la recherche du meilleur avantage individuel.

I. Quelles relations établissent un consommateur et un producteur ?

- Un consommateur est un agent économique (le plus souvent un ménage) qui interagit avec son environnement afin d'utiliser un bien ou service produit en vue de sa destruction. En sa qualité d'être **rationnel**, ce dernier est amené quotidiennement à réaliser un arbitrage entre ce qu'il désire et ce qu'il lui est possible de s'offrir au regard des contraintes économiques et sociales de son environnement. C'est pourquoi il n'existe pas une seule façon de raisonner et donc de consommer.
- Tout d'abord, les ménages n'ont pas tous les mêmes besoins. En effet, l'analyse de la structure de consommation, par postes dits budgétaires, montre de quelles manières les catégories de ménages répartissent leurs dépenses. Parmi ces différents postes, on retrouve les produits alimentaires, les loisirs, la culture et l'enseignement, le logement, le chauffage et l'éclairage, les transports et communications, la santé et les services médicaux, l'habillement et les meubles... Ces derniers ne tiennent pas une même place au sein de chaque foyer. En effet, si on s'appuie sur l'analyse de la pyramide de Maslow, la consommation de biens et services liés aux besoins secondaires n'aura lieu que si les besoins primaires sont assouvis. Or, les ménages ne disposant pas des mêmes ressources et de la même propension à consommer (part du revenu destiné uniquement à la consommation), les choix seront différents.

Pyramide de Maslow

 [Exercice n°1](#)

 [Exercice n°2](#)



- Par ailleurs, dans une optique d'analyse économique néoclassique, les ménages se caractérisent par leurs goûts, c'est-à-dire **leurs préférences individuelles**, et par les richesses dont ils disposent afin de satisfaire leurs envies. Ils tentent donc d'établir le meilleur ratio possible entre ces deux notions au regard des prix fixés par les producteurs. On dit alors qu'ils cherchent à maximiser l'**utilité** individuelle compte tenu des ressources économiques dont ils disposent (ex. : le salaire). Cela fait référence aux **coûts d'opportunité** qui déterminent la valeur d'un manque à gagner. Dans ce concept économique, il convient de déterminer tout ce à quoi le ménage a renoncé en consommant, afin d'établir le bénéfice individuel de cette consommation. Il s'agit en fait d'un **raisonnement à la marge** pour lequel l'agent économique ne cherche pas à raisonner sur des quantités globales, mais sur des quantités additionnelles que l'on nomme marginales. Dans cette optique économique, l'agent économique est à la recherche du meilleur avantage. Ainsi, le ménage

cherchera à obtenir un maximum de satisfaction dans sa consommation, alors que l'entreprise pourra rechercher le meilleur profit.


• Toutefois, la consommation ne peut s'analyser seule. Elle n'existe que si la production peut répondre aux besoins des ménages. C'est pourquoi les agents économiques fournissant cette activité, c'est-à-dire les entreprises (privées ou publiques), doivent être en mesure de créer les biens et les services qui seront mis sur le marché afin d'être consommés. Il faut ici souligner la caractéristique fondamentale du concept de production qui est la valeur économique. En effet, il est nécessaire que les biens et services produits s'échangent sur un marché à un prix fixé ou alors qu'ils soient le fruit d'un travail rémunéré. Il est donc impossible de considérer le travail d'un père de famille s'occupant de ses enfants à la maison comme une production. Alors que la même tâche, si elle est réalisée dans le cadre d'une unité économique la rémunérant, sera considérée comme une production. Le père de famille occupant un emploi d'auxiliaire de puériculture en crèche réalise donc une production. La valeur de cette production sera établie par la relation existant entre les besoins exprimés par des ménages et la disponibilité de ces biens et services. Dans cette optique, la **rareté** apparaît comme l'élément déterminant pour fixer la valeur sur un marché donné. C'est d'ailleurs la caractéristique à l'origine de tout fondement économique. Ce qui est rare est d'une grande valeur. La question de la production (que produire et en quelle quantité ?) est par conséquent guidée par les disponibilités de matières premières et le coût des ressources disponibles pour l'entreprise (facteurs de production : hommes, machines...)

 [Exercice n°3](#)

 [Exercice n°4](#)

II. Quels choix doivent être opérés afin de maximiser le profit de l'entreprise ?

- Les entreprises se caractérisent par leur fonction de production qui relie les différents éléments entrant dans ce processus. D'une part, les **input** qui sont les matières premières et les facteurs de production ; d'autre part, les **output**, c'est-à-dire la quantité maximale de biens ou services pouvant être créés compte tenu des techniques en vigueur. Les facteurs de production se déclinent en deux catégories : le travail et le capital.
- Le facteur travail regroupe les êtres humains et leur force de travail. Il s'agit donc des salariés que les entreprises rémunèrent en contrepartie du travail réalisé. Le capital représente l'ensemble des machines nécessaires au processus de production. C'est entre autres la combinaison de ces deux éléments qui déterminent le niveau de la production. Un juste dosage permet d'obtenir un profit optimal. Toutefois, en plus de ces éléments, l'entreprise doit réfléchir en termes de coût. En effet, l'objectif de ces agents économiques étant de réaliser le meilleur profit tout en veillant à l'utilisation optimale de ses ressources, ils doivent tenir compte des différents coûts qui s'imposent à eux.
- Ainsi, l'entreprise a toujours des **coûts fixes**, indépendants de ce qu'elle produit (le prix du loyer fait partie des frais fixes qui doivent être acquittés mensuellement, quelle que soit l'utilisation faite des locaux), mais aussi des **coûts variables** qui, eux, fluctuent en fonction des quantités produites (ex. : facture d'électricité). Le **coût moyen** correspond au coût unitaire pour la production d'un bien.
- Le **coût marginal**, quant à lui, désigne le coût supplémentaire afin de produire une unité de plus. C'est donc le coût de la dernière unité produite. Si ce dernier est inférieur au prix unitaire, alors sur la totalité des biens et/ou services créés il sera possible de réaliser des économies d'échelle. En effet, le coût marginal implique une baisse du coût unitaire ce qui permet à l'entreprise de disposer d'une meilleure rentabilité en produisant plus, mais à un coût moindre.
- L'entreprise va donc chercher à maximiser son profit. Elle devra parvenir à une situation d'équilibre pour laquelle la dernière unité produite fera baisser le coût moyen et lui permettra de produire à moindres frais unitaires. Il s'agit de la recette marginale, qui permet d'établir le volume de la production optimale en fonction du coût de la dernière unité produite. La **recette marginale**, qui doit déterminer le bénéfice réalisé à l'occasion de la vente de biens et services, doit donc être supérieure au coût marginal afin de créer de la richesse pour l'agent économique.

 [Exercice n°5](#)

III. Zoom sur... l'évolution de la consommation des ménages français en un demi-siècle

En cinquante ans, la consommation des ménages français a connu un véritable bouleversement. La consommation de masse introduite à la sortie de la Seconde Guerre mondiale n'y est pas étrangère. Si ce phénomène est maintenant ancien, il n'a cessé de se développer ces dernières années. Ainsi, en un demi-siècle, le volume de la consommation des ménages a triplé et sa structure a évolué. Les postes budgétaires de communication et de loisirs se sont développés, alors que ceux de l'alimentation et de l'habillement se sont restreints dans la part globale de la propension de consommation des ménages. La consommation de certains biens semble même parvenir à saturation (ex. : lave-linge, réfrigérateurs), alors que d'autres issus des avancées technologiques sont en plein boom et laissent entrevoir qu'il leur reste de beaux jours devant eux (ex. : smartphones). Notons, toutefois, que la crise économique a eu une certaine influence sur la structure de consommation. Certains ménages se sont concentrés sur l'« essentiel » afin d'attribuer davantage de leur part de richesse à des besoins primaires au sens de Maslow.

