

Introduction à l'économie

Comment les entrepreneurs peuvent-ils utiliser l'économie pour prendre de meilleures décisions ?

Unité 4 - Penser à la marge

Leçon 2 - Penser à la marge

Description :

Lorsque nous prenons une décision, nous n'avons généralement pas à choisir entre tout ou rien. Nous évaluons généralement les coûts et les avantages de l'acquisition d'une unité supplémentaire (ou d'une unité en moins) d'un bien ou d'un service. Nous prenons généralement notre décision en fonction de l'incrément suivant. C'est ce qu'on appelle penser à la marge. Dans cette leçon, les élèves suivent une courte vidéo présentant les concepts de coût marginal et de bénéfice marginal. Ils regardent ensuite une vidéo dans laquelle le professeur Mario Villarreal-Diaz explique ce que signifie penser à la marge. Les élèves lisent ensuite un article qui illustre le rôle de l'idée de la marge en économie. Cette leçon se termine par une activité qui utilise des guimauves pour illustrer le concept d'utilité de marge décroissante.

Temps nécessaire : 45 min

Matériel requis : Connexion Internet, instrument d'écriture, sac de marshmallows géants

Conditions préalables : Leçon 3.1 - Rareté, choix et compromis

3.2.A - Pour une explication simplifiée du bénéfice marginal et du coût marginal, regardez et discutez la vidéo suivante en utilisant les questions ci-dessous pour guider votre discussion [5 min] :

Vidéo :(Mikayla Kutsuris, 1 :45 min)

Cette vidéo définit simplement et clairement les concepts de base du bénéfice marginal et du coût marginal et illustre ces concepts à l'aide d'exemples.

Transcription de la vidéo :

L'avantage marginal est l'avantage que procure chaque unité ou incrément supplémentaire. Le coût marginal est le coût de chaque incrément ou unité supplémentaire. Bob a un hamburger, mais il n'arrive pas à décider s'il doit en acheter un autre. L'avantage d'un hamburger supplémentaire serait le goût et la saveur supplémentaire. Cependant, le coût d'un hamburger supplémentaire est le coût de la nourriture ; il n'est pas sain et peut provoquer des brûlures d'estomac. Après mûre réflexion, Bob décide que le coût marginal est plus élevé que le bénéfice marginal. Bob n'achète qu'un seul hamburger. Bob est heureux de n'avoir acheté qu'un seul hamburger.

Questions de discussion : Bénéfice marginal et coût marginal

1.Expliquez les concepts de bénéfice marginal et de coût marginal. Donnez quelques exemples de cas où vous avez utilisé le bénéfice marginal et le coût marginal pour prendre une décision récente concernant l'achat ou non d'un bien supplémentaire.

- a. La vidéo explique "L'avantage marginal est l'avantage de chaque incrément ou unité supplémentaire" et "Le coût marginal est le coût de chaque incrément ou unité supplémentaire".
- b. Les consommateurs n'achèteront un bien que si l'avantage marginal qu'ils perçoivent est supérieur au coût marginal qu'ils supportent en achetant ce bien.
- c. Si le coût marginal est supérieur au bénéfice marginal, le consommateur n'achètera pas le bien et consacrera ses ressources à quelque chose de plus grande valeur.
- d. Les exemples peuvent inclure la décision d'acheter ou non une part de pizza supplémentaire, un magazine supplémentaire pour un voyage, ou une paire de jeans supplémentaire pour faire du shopping, etc.

3.2.B - Regardez et discutez la vidéo suivante en utilisant les questions ci-dessous pour guider votre discussion [min] :

Vidéo de Mario Villarreal-Diaz (Learn Liberty (apprendre la liberté), 31 min)

"Pourquoi les diamants sont-ils plus chers que l'eau ? Le professeur Mario Villarreal-Diaz répond à cette question en utilisant ce que les économistes appellent l'analyse marginale. En substance, l'utilité marginale de l'eau diminue plus rapidement que l'utilité marginale des diamants. En d'autres termes, les gens doivent prendre des décisions dans un contexte et à un moment donné. Dans les économies modernes, les gens ont facilement accès à l'eau à la marge, mais n'ont pas le même niveau d'accès aux diamants".

Video:



Transcription de la vidéo

Les individus font des choix et des compromis sur la base de comparaisons. Lorsqu'ils essaient de décider quel est le meilleur choix, cela dépend de ces comparaisons, d'une alternative par rapport à l'autre. Prenons l'exemple d'une commande dans un fast-food. Si vous regardez le combo 1, il vous donne un hamburger et des frites pour \$x. Le combo 2 vous donne un hamburger, des frites et un milkshake pour $x+3$. Vous pensez à l'unité supplémentaire de nourriture et à son coût. Vous essayez de répondre à la question suivante : ce milkshake vaut-il 3 \$ pour moi ou non ? Ensuite, vous faites votre choix, vous décidez du combo à acheter. C'est cela, penser à la marge. La marge signifie qu'il faut penser à l'incrément suivant, à l'unité suivante, à ce changement relativement petit, à l'addition ou à la soustraction suivante lorsque je fais un choix.

Les individus font constamment des choix à la marge ; cela fait partie de notre façon de penser, même si nous ne le savons pas. Mais les individus ne sont pas les seuls à prendre des décisions telles que l'achat du combo 1 ou 2, les entreprises aussi prennent des décisions avec ce mode de pensée. Par exemple, avant d'embaucher un nouvel employé, les entreprises pensent exactement de la manière suivante : combien me coûtera cet employé supplémentaire ? Salaire contre production. Quelle est la valeur ajoutée d'un employé supplémentaire ? Quelle sera sa production marginale ? Si leur production marginale est supérieure au salaire marginal que je vais dépenser, c'est une bonne décision commerciale d'embaucher cette personne supplémentaire. Ces outils de base, tels que les incitations, sont importants. Le coût d'opportunité et la réflexion sur les marges ne sont pas des substituts ; ils se complètent. Ils sont intimement liés dans la façon dont les économistes voient le monde. Ainsi, lorsque quelqu'un décide de choisir entre la combinaison 1 et la combinaison 2, et qu'il se demande "Dois-je prendre le milkshake ? Cela vaut-il trois dollars

de plus ?", il ne pense pas seulement au plaisir supplémentaire que lui procurera le milkshake, mais aussi au coût d'opportunité de l'utilisation de ces trois dollars pour acheter ce milkshake et aux autres possibilités d'utilisation de ces trois dollars : peut-être du pop-corn au cinéma, peut-être des bonbons au cinéma, ou autre chose. À ce moment-là, ils pensent à la marge, ils réfléchissent au coût d'opportunité de l'utilisation de l'argent : comment allouer ces ressources.

Questions de discussion : Penser à la marge

1. Que signifie "prendre une décision à la marge" ?

- a. Penser à la marge, c'est penser à l'incrément ou à l'unité suivante.
- b. Prendre des décisions implique de faire des comparaisons entre des choix dans un contexte spécifique et à un moment précis.
- c. Comme expliqué dans la section "Les choix et les compromis sont basés sur des comparaisons - lorsqu'on essaie de décider "Quel est le meilleur choix", cela dépend de ces comparaisons. Une alternative par rapport à une autre alternative.
- d. Lorsque nous faisons des choix, nous n'avons généralement pas à choisir entre tout et rien. Par exemple, nous n'avons pas à choisir entre toute l'eau du monde et pas d'eau du tout.
- e. Lorsqu'une personne prend une décision à la marge, cela signifie qu'elle évalue les coûts et les avantages de l'acquisition d'une unité supplémentaire (ou d'une unité en moins) d'un bien.
- f. Note : Lorsque les consommateurs prennent des décisions dans la vie réelle, ils ne choisissent généralement pas entre deux biens seulement, mais entre plusieurs alternatives.

2. Expliquez le concept d'utilité marginale. Pensez-vous que les beignets ont une utilité marginale croissante ou décroissante ?

- a. Les biens à utilité marginale décroissante sont des biens dont l'utilité diminue avec chaque unité supplémentaire.
- b. L'utilité marginale est l'avantage supplémentaire (utilité) que procure une unité supplémentaire d'un bien ou d'un service.
- c. Un exemple d'utilité marginale décroissante est celui d'un consommateur qui décide de manger plusieurs beignets. Si le client a envie de beignets, l'utilité marginale peut être très élevée pour le premier beignet. Après le sixième beignet, l'utilité marginale de manger un septième beignet est probablement beaucoup plus faible.

3. Comment la réflexion à la marge aide-t-elle les entrepreneurs à prendre de meilleures décisions ?

- a. Lorsqu'ils prennent des décisions à la marge, les entrepreneurs pèsent les coûts et les avantages d'une personne de plus ou de moins. Par exemple, en tant que chef d'entreprise, vous ne choisiriez pas entre embaucher zéro employé ou tous les employés du monde.

- b. Lorsqu'il prend la décision d'embaucher, l'entrepreneur compare le coût marginal d'un employé supplémentaire aux avantages marginaux attendus que l'employé est en mesure de fournir.

3.2.C - Lisez et discutez l'article suivant en utilisant les questions ci-dessous pour guider votre discussion [15 min] :

Article : <https://fee.org/articles/its-the-margin-that-counts/>

"Le marginalisme montre comment le raisonnement économique nous permet d'accomplir davantage en acceptant les limites de ce qui peut être accompli - en nous concentrant sur des ajustements marginaux (certains diront banals) pour améliorer les choses, plutôt que sur des tentatives plus héroïques pour résoudre les problèmes totalement et complètement."

Jeudi 1er juin 2000

C'est la marge qui compte

Explication de la différence entre la valeur marginale et la valeur totale

Les économistes, comme tout le monde, ont des opinions sur la façon dont le monde devrait être. Et il serait malhonnête de prétendre que les économistes ne laissent jamais leurs opinions influencer leurs conclusions et leurs recommandations. Mais le pouvoir de l'économie réside dans des concepts fondamentaux qui empêchent les économistes de laisser leur imagination obscurcir la réalité. Ils peuvent souhaiter que la rareté n'existe pas, que les compromis déchirants puissent être évités, que les gens subordonnent leurs intérêts privés à l'intérêt public, ou que la paix et la coopération mondiales puissent être obtenues en se donnant la main et en chantant "We Are the World (nous sommes le monde)". Mais les économistes ne laissent pas ces fantasmes polluer leur analyse parce qu'ils prennent au sérieux la rareté, le coût d'opportunité, l'intérêt personnel, la connaissance imparfaite, les prix du marché comme nécessaires à la coopération sociale, et l'échec économique comme nécessaire à la réussite économique.

Cet attachement à la réalité est perçu par certains comme défaitiste, comme trop hâtif pour rejeter les propositions visant à rendre le monde meilleur. Il est indéniable que les économistes rejettent de nombreuses propositions visant à améliorer le monde. Mais les économistes considèrent que leur réalisme est essentiel pour obtenir de véritables améliorations. Comme l'a fait remarquer l'économiste F. A. Hayek, lauréat du prix Nobel, "c'est toujours la reconnaissance des limites du possible qui a permis à l'homme d'utiliser pleinement ses pouvoirs. *"Les machines à mouvement perpétuel seraient merveilleuses et il est dommage que tout le monde n'en ait pas. Mais l'attitude "défaitiste" des physiciens décourage les travaux dans ce domaine.

L'un des concepts économiques les plus utiles est le marginalisme, c'est-à-dire l'effet des changements marginaux, ou petits changements. Le marginalisme montre comment le raisonnement économique nous permet d'accomplir davantage en acceptant les limites de ce qui peut être accompli, en nous concentrant sur des ajustements marginaux (certains diront banals) pour améliorer les choses, plutôt que sur des tentatives plus héroïques pour résoudre les problèmes totalement et complètement. Il montre également que ce que de nombreuses personnes considèrent comme des résultats et des actions répréhensibles sont en fait des adaptations raisonnables à la rareté et que les tentatives de les "corriger" sont néfastes. J'illustre le marginalisme par deux exemples. Dans les mois à venir, j'expliquerai comment le fait de ne pas comprendre le marginalisme réduit le bien que nous pouvons faire et finit souvent par être mortel.

Des diamants et de l'eau, des lutteurs et des infirmières

Nous avons tous entendu des arguments de ce type : Il y a quelque chose qui ne va pas dans l'économie quand les lutteurs professionnels sont payés beaucoup plus que les infirmières. La nourriture est bien plus importante que le golf, et nous commettons donc une grave erreur en convertissant tant de terres agricoles de premier choix en terrains de golf. Si vous devez faire un travail, faites-le aussi bien que possible. La plupart des gens aiment leur travail et n'ont pas besoin d'être soudoyés par des primes et des rémunérations au mérite pour être performants. Certaines choses, comme la vie humaine, sont tout simplement trop précieuses pour qu'on leur attribue un prix.

Chacune de ces idées semble plausible. Mais elles sont toutes erronées parce qu'elles ignorent l'importance des considérations marginales, et si nous agissions en fonction de celles-ci, nous finirions par réduire le bien qui peut être accompli.

Pendant des années, les économistes et d'autres personnes ont été perplexes quant au fait que le prix des diamants était beaucoup plus élevé que celui de l'eau, alors que l'eau a beaucoup plus de valeur que les diamants. Ce paradoxe du diamant et de l'eau n'a été résolu que dans les années 1870, lorsque l'économiste autrichien Carl Menger et l'économiste britannique William Jevons ont reconnu indépendamment la différence entre la valeur marginale et la valeur totale. Le prix reflète la valeur que les gens accordent à une unité supplémentaire d'une chose (sa valeur marginale), et non la valeur de l'ensemble de cette chose (sa valeur totale). La valeur totale de l'eau est évidemment beaucoup plus élevée que la valeur totale des diamants - nous paierions des ordres de grandeur plus élevés pour éviter de vivre dans un monde sans eau que pour éviter de vivre dans un monde sans diamants. Mais comme l'eau est très abondante (sauf dans des circonstances inhabituelles), le montant que les gens sont prêts à payer pour un gallon de plus est proche de zéro - la valeur marginale de l'eau est faible. En revanche, les diamants sont si rares que les gens sont prêts à payer des milliers de dollars pour en avoir un de plus.

Cela nous amène aux lutteurs et aux infirmières. Étant donné que très peu de personnes possèdent les caractéristiques physiques nécessaires pour satisfaire la demande de performances de lutte, les gens sont prêts à payer beaucoup pour attirer une personne de plus possédant ces caractéristiques sur le ring. Beaucoup plus nombreux sont ceux qui possèdent les attributs nécessaires pour satisfaire notre demande d'infirmières, et les gens sont donc prêts à payer beaucoup moins cher pour attirer une personne de plus dans le métier d'infirmière. Bien que la valeur totale des infirmières soit bien supérieure à la valeur totale des lutteurs, la valeur marginale des infirmières est bien inférieure. Et c'est la valeur marginale des personnes dans une profession, et non la valeur totale, qui est importante pour déterminer les salaires dans cette profession.

Il n'y a donc rien de remarquable à ce que les lutteurs professionnels gagnent beaucoup plus que les infirmières, même si certains considèrent cela comme répréhensible. Mais ce que certains considèrent vraiment comme répréhensible dans le rapport élevé entre les revenus des lutteurs et ceux des infirmières, c'est que les personnes ayant des préférences "désagréables" ont la liberté de communiquer ces préférences par le biais des prix du marché. Il n'y a rien de mal à essayer de réduire l'écart de rémunération entre les différentes professions en essayant de modifier les préférences des gens. Mais si les gens essaient, comme certains le font, de réduire les écarts de revenus par des contrôles gouvernementaux sur les salaires, ils tentent de fausser la communication sur les prix qui profite à tous.

Conséquences involontaires

Le gouvernement pourrait, par exemple, imposer des salaires plus élevés pour les infirmières. Cela indiquerait que la valeur marginale que les gens retirent des infirmières a augmenté et que davantage de personnes devraient suivre une formation pour devenir infirmières. Peu de lutteurs professionnels voudront se reconvertir dans les soins infirmiers, mais beaucoup d'autres personnes le voudront. Malheureusement, le salaire plus élevé communique une information erronée. Tout en incitant davantage de personnes à devenir infirmières, les salaires plus élevés indiquent aux consommateurs que le coût marginal des infirmières est supérieur à leur valeur marginale et qu'il convient donc d'en employer moins. Il en résulterait que peu d'infirmières nouvellement formées trouveraient un emploi, que certaines infirmières en exercice perdraient leur emploi et que les consommateurs disposeraient de moins d'infirmières qu'ils ne le souhaiteraient aux salaires du marché, c'est-à-dire à des salaires qui reflètent leur valeur marginale.

Parce que les gens ne font pas la distinction entre la valeur marginale et la valeur totale, ils pensent que les infirmières (et ceux qui exercent de nombreuses autres professions) subissent une injustice et recommandent des solutions qui nuisent à tout le monde, en particulier aux infirmières.

Plusieurs chroniques seront nécessaires pour expliquer adéquatement le concept de marginalisme et pour fournir des exemples des erreurs commises par les gens lorsqu'ils confondent la valeur marginale et la valeur totale. Dans la prochaine chronique, j'utiliserai le marginalisme pour rassurer ceux qui craignent que nous manquions de terres agricoles.

Dwight R. Lee est professeur titulaire de la chaire O'Neil sur les marchés mondiaux et la liberté à la Cox School of Business de la Southern Methodist University.



Dwight R. Lee

Dwight R. Lee is the O'Neil Professor of Global Markets and Freedom in the Cox School of Business at Southern Methodist University.

Questions de discussion : C'est la marge qui compte

1.Utilisez les concepts économiques de "rareté" et d'"utilité marginale" pour expliquer pourquoi l'eau est généralement moins chère que les diamants et pourquoi les infirmières sont généralement moins bien payées que les lutteurs professionnels.

- a. Deux concepts économiques principaux expliquent pourquoi les diamants sont plus chers que l'eau : l'utilité marginale et la rareté.
- b. Dans des conditions normales, les diamants sont une ressource beaucoup plus rare que l'eau. Bien que l'eau soit essentielle à la vie, elle est généralement facilement disponible. Les diamants ont des qualités que les gens apprécient, mais ils ne sont pas essentiels à la vie. Cependant, les diamants ne sont pas facilement disponibles. C'est l'une des raisons pour lesquelles les diamants sont généralement plus chers que l'eau.
- c. L'eau a une utilité marginale décroissante - cela signifie que la première bouteille d'eau qu'une personne boit lorsqu'elle a soif a plus de valeur que la deuxième, la deuxième plus que la troisième et ainsi de suite. Les diamants, en revanche, n'ont pas d'utilité marginale décroissante : les deuxièmes et troisièmes diamants ont généralement autant de valeur que le premier. Les diamants supplémentaires n'ont généralement pas moins de valeur pour une personne.

2.Quelle est la différence entre la valeur marginale et la valeur totale ?

- a. Dwight Lee explique que "le prix reflète la valeur que les gens accordent à une ou plusieurs unités de quelque chose (sa valeur marginale), et non la valeur de l'ensemble (sa valeur totale)".
- b. Comme indiqué dans l'article avec l'exemple de l'eau et des diamants, la valeur totale d'un bien peut être très élevée mais son prix faible. L'auteur écrit "...parce que l'eau est abondante (sauf dans des circonstances inhabituelles), le montant que les gens sont prêts à payer pour un gallon de plus est proche de zéro - la valeur marginale de l'eau est faible. En revanche, les diamants sont si rares que les gens sont prêts à payer des milliers de dollars pour en avoir un de plus". Le prix reflète la valeur marginale d'une chose, et non sa valeur totale.

3.En utilisant les concepts de valeur marginale et de valeur totale, expliquez pourquoi les lutteurs professionnels sont souvent mieux payés que les infirmières.

- a. Un plus grand nombre de personnes possèdent les compétences nécessaires pour devenir infirmière - les compétences pour ce travail peuvent être enseignées par le biais de l'éducation, alors que la capacité à devenir lutteur dépend du fait d'être né avec un certain type de corps - un trait que très peu de personnes possèdent. Par conséquent, l'offre de lutteurs potentiels est beaucoup plus rare que l'offre d'infirmières.
- b. Comme l'explique le professeur Lee, "bien que la valeur totale des infirmières soit bien supérieure à la valeur totale des lutteurs, la valeur marginale des infirmières est bien inférieure. Et c'est la valeur marginale des personnes dans une profession, et non la valeur totale, qui est importante pour déterminer les salaires dans cette profession".

4.Le gouvernement devrait-il imposer un salaire minimum aux salariés dont la valeur totale est élevée mais la valeur marginale faible (par exemple, les infirmières) ? Quelles seraient les conséquences de la mise en œuvre d'un salaire minimum obligatoire ?

- a. En augmentant artificiellement le salaire minimum des infirmières au-delà des prix du marché, on pourrait faire en sorte que le coût marginal du travail soit supérieur à l'avantage marginal fourni par l'employé. En conséquence, les hôpitaux et les cliniques pourraient essayer de fonctionner avec moins d'infirmières pour réduire les coûts. En d'autres termes, il y aurait moins d'emplois pour les infirmières.
- b. Si les salaires sont artificiellement augmentés, davantage de personnes pourraient s'inscrire à des cours pour devenir infirmières, mais moins d'entre elles pourraient trouver un emploi. Il en résulterait que de nombreuses infirmières qualifiées seraient sans emploi sur le marché et qu'il y aurait trop peu d'infirmières travaillant dans les hôpitaux.

3.2.D - Faites l'activité suivante et partagez vos idées avec le groupe [15 min] :

Activité : Utilité (marginale) décroissante du marshmallow

Cette activité a pour but d'illustrer le concept d'utilité marginale décroissante. Les élèves verront comment, à partir d'un certain point, la valeur de la consommation d'un marshmallow supplémentaire commence à diminuer.

Outils :

- a. Marshmallow (ou beignets ou aliments similaires)
- b. Tableau blanc (ou tableau d'affichage) pour noter les valeurs

Directions :

1. Demandez à trois élèves volontaires de participer à l'activité. Placez-les devant la classe. Demandez à un autre élève de se porter volontaire pour noter les valeurs au tableau.
2. Demandez aux volontaires d'évaluer leur désir de guimauve sur une échelle de 0 à 100 %.
3. Demandez-leur de manger un marshmallow et d'évaluer ensuite leur désir pour un autre marshmallow.
4. Continuez à demander aux volontaires de manger un marshmallow à la fois et notez leur désir d'un autre marshmallow après chaque marshmallow mangé.
5. Très rapidement, le désir de l'élève pour un marshmallow supplémentaire diminuera parce qu'il n'obtiendra pas le même bénéfice marginal en mangeant le premier marshmallow et en mangeant le 2^{ème} marshmallow.
6. Demandez aux élèves de représenter graphiquement les valeurs du tableau.
7. Organisez une discussion en classe à l'aide des questions ci-dessous.

Questions à débattre :

1. Qu'est-ce que l'utilité ? Les élèves ont-ils tiré la même utilité du premier marshmallow que du dernier marshmallow qu'ils ont mangé ?

- a. Le terme "utilité" désigne le bénéfice qu'une personne retire de la consommation d'une chose pour satisfaire un désir.
- b. Il est peu probable que l'utilité reste la même, car la faim et le désir des élèves pour le sucre changeront.
- c. Parce que leur faim/désir de sucrerie est réduite dès le début, et pour chaque marshmallow qu'ils mangent, l'utilité (ou le bénéfice) de chaque marshmallow suivant diminue également.

2. Quels autres exemples d'utilité marginale décroissante pouvez-vous citer ?

- a. La consommation de plusieurs bouteilles d'eau en une chaude journée en est un exemple. La première bouteille peut être très utile, mais après la deuxième ou la troisième, vous n'aurez probablement plus envie de continuer à boire.
- b. Smartphone est un autre exemple. Vous pouvez accorder une grande valeur à un Smartphone, peut-être même à un deuxième. Mais la valeur du troisième, du quatrième et du cinquième Smartphone que vous recevrez aura moins d'utilité pour vous que le premier.

3. Comment les entrepreneurs peuvent-ils utiliser la "réflexion à la marge" pour prendre de meilleures décisions ?

- a. Lorsque les entrepreneurs prennent des décisions, ils n'ont généralement pas à choisir entre tout ou rien. Par exemple, ils peuvent être amenés à décider de produire une unité supplémentaire ou d'embaucher un salarié de plus.
- b. Les entrepreneurs peuvent tirer profit d'une "réflexion à la marge" en comprenant et en prenant en considération les coûts et les avantages supplémentaires pour chaque unité ou action supplémentaire afin d'analyser si la décision sera bénéfique à la marge.

Récapitulation de la leçon

- a. L'utilité marginale est l'avantage supplémentaire que les consommateurs reçoivent lorsqu'ils consomment une unité supplémentaire (ou une unité de moins) d'un bien ou d'un service.
- b. Le coût marginal est le coût de chaque unité supplémentaire d'un bien.
- c. Les biens dont l'utilité marginale est décroissante sont des biens dont l'utilité diminue avec chaque unité supplémentaire consommée.
- d. Penser à la marge signifie penser à la prochaine augmentation ou à la prochaine unité. Nous n'avons généralement pas à choisir entre la totalité ou l'absence d'un bien. Lorsque nous prenons des décisions, nous évaluons généralement les coûts et les avantages de l'acquisition d'une unité supplémentaire (ou d'une unité en moins) d'un bien ou d'un service.
- e. "L'un des concepts économiques les plus utiles est le marginalisme, c'est-à-dire l'effet des changements incrémentaux, ou petits changements. Le marginalisme montre comment le raisonnement économique nous permet d'accomplir davantage en acceptant les limites de ce qui peut être accompli - en nous concentrant sur des ajustements marginaux (certains diront banals) pour améliorer les choses, plutôt que sur des tentatives plus héroïques pour résoudre les problèmes totalement et complètement." - Dwight Lee

Ressources complémentaires

Article : [L'éloge des salaires élevés des athlètes](#) par William Anderson (FEE.org)

"La solution à ce paradoxe est venue des "marginalistes" du milieu et de la fin du XIXe siècle, notamment Carl Menger (Autriche), William Stanley Jevons (Angleterre) et Jules Dupuit (France). La valeur, ont-ils astucieusement souligné, est déterminée par l'utilité de l'unité marginale disponible de l'article en question, ou *utilité marginale*. Un individu attribue une valeur à une *unité* particulière d'eau, et non aux caractéristiques globales de l'eau elle-même.

Article : [Take This Job and Shove It, at the Margin](#) par Dwight R. Lee (FEE.org)

"Les économistes reconnaissent également que si les gens apprécient généralement leur travail dans son ensemble, la plupart des emplois sont pénibles à la marge. Même si vous tirez une grande satisfaction de votre travail, la satisfaction marginale peut être très faible, voire négative. Bien avant la fin de la journée de travail, la plupart d'entre nous sont fatigués de la routine et aimeraient quitter le travail plus tôt et faire autre chose. Nous aimerions dire au patron : "Prends ce travail et pousse-le, à la marge". Les gens font huit heures d'efforts assidus parce qu'il y a une incitation financière à le faire".

Article : [Les marges et la pensée à la marge](#) (Bibliothèque d'économie et de liberté)

"Que signifie penser à la marge ? Cela signifie qu'il faut réfléchir à la prochaine étape à franchir. Le mot "marginal" signifie "supplémentaire". Le premier verre de limonade en une chaude journée étanche la soif, mais le verre suivant, peut-être pas autant. Si vous pensez à la marge, vous réfléchissez à ce que la prochaine action ou une action supplémentaire signifie pour vous".

Article : [Analyse marginale - Penser à la marge](#) (À propos de l'éducation)

Du point de vue de l'économiste, faire des choix implique de prendre des décisions "à la marge", c'est-à-dire de prendre des décisions basées sur de petits changements dans les ressources : Comment dois-je dépenser la prochaine heure ? Comment dois-je dépenser le prochain dollar ? À première vue, il s'agit là d'une façon étrange d'envisager les choix des individus et des entreprises... Traiter le problème de cette façon présente des avantages certains."