



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Les études du marché de produits alimentaires

Félicitas Prusova

Résumé

L'économie de marché, réhabilitée par la réforme économique, exige des études systématiques du marché.

Pour les produits alimentaires, les budgets familiaux et le chiffre d'affaires du commerce de détail permettent aux économistes de dégager les tendances à court terme de la consommation.

Des prévisions à plus longue échéance demandent le concours d'économistes, de techniciens, de médecins, de sociologues...

Les entreprises industrielles et commerciales utilisent les études opérationnelles effectuées par le Commerce intérieur.

Abstract

A free competition market system demands systematical studies of the market. For foodstuff, family budgets and retail turnover help the economists to establish short term trends of consumption. Long run trends demand the cooperation of technicians, doctors, sociologists, etc... Industrial and commercial firms use the operational studies made by the Home Trade.

Citer ce document / Cite this document :

Prusova Félicitas. Les études du marché de produits alimentaires. In: Économie rurale. N°83, 1970. Du nouveau à l'Est. pp. 109-111;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1970.2094>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1970_num_83_1_2094

Fichier pdf généré le 08/05/2018

LES ETUDES DU MARCHÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES *

par Félicitas PRUSOVA

Institut d'Etudes du Commerce Intérieur, Prague

L'économie de marché, réhabilitée par la réforme économique, exige des études systématiques du marché. Pour les produits alimentaires, les budgets familiaux et le chiffre d'affaires du commerce de détail permettent aux économistes de dégager les tendances à court terme de la consommation.

Des prévisions à plus longue échéance demandent le concours d'économistes, de techniciens, de médecins, de sociologues...

Les entreprises industrielles et commerciales utilisent les études opérationnelles effectuées par le Commerce intérieur.

Market Studies on Foodstuff

A free competition market system demands systematical studies of the market. For foodstuff, family budgets and retail turnover help the economists to establish short term trends of consumption. Long run trends demand the cooperation of technicians, doctors, sociologists, etc... Industrial and commercial firms use the operational studies made by the Home Trade.

Le nouveau modèle économique a pour but essentiel de trouver les rapports optimaux entre le plan et le marché. Ceci exige des études systématiques et approfondies du marché. Dans ces études, on peut distinguer deux composantes :

— les études des tendances à long terme de la consommation finale, qui fournissent l'information de base pour la construction des plans à long terme ;

— les études de caractère opérationnel destinées aux entreprises industrielles et commerciales dans leurs activités courantes.

LES ETUDES DES TENDANCES A LONG TERME

Il ne faut pas se borner à l'analyse d'articles individuels ou de groupes étroits d'articles, mais étudier la consommation de larges ensembles d'articles, entre

lesquels il y a des relations de substitution et de complémentarité. L'analyse de la structure de ces ensembles doit représenter la phase secondaire des recherches, afin de ne pas aboutir à des conclusions erronées. Voici un exemple :

Dans nos analyses, nous suivons l'ensemble de produits alimentaires « lait et produits laitiers ». A la campagne, l'offre des produits laitiers, fromages, crème, etc... est beaucoup plus limitée que dans les villes. Le fait est tel que la population rurale utilise une partie du lait qu'elle achète, ou dont elle dispose dans le cadre de son autoconsommation, pour la préparation de produits laitiers à domicile. Si l'on comparait séparément la seule consommation du lait dans les villes et à la campagne, la consommation à la campagne semblerait beaucoup plus élevée.

Les tendances de la consommation à long terme sont étudiées à partir de deux sources importantes d'informations statistiques : les budgets familiaux et le chiffre d'affaires du commerce de détail. Les deux statistiques utilisent la même nomenclature composée de

(*) Adapté à partir du texte original par J. Le Bihan.

50 rubriques environ pour le secteur alimentaire. Ces 50 rubriques font partie d'ensembles plus importants, qui sont les suivants :

- viande et produits carnés,
- lait et produits laitiers,
- œufs,
- matières grasses,
- céréales et produits dérivés,
- sucre,
- confiserie,
- pommes de terre,
- légumes,
- fruits,
- boissons non alcooliques,
- boissons alcooliques,
- produits alimentaires divers.

A l'aide de ces ensembles, nous étudions les tendances de la consommation des produits alimentaires.

La statistique des budgets familiaux enregistre la consommation de 9 000 ménages qui rendent compte de leurs revenus et dépenses pendant toute l'année. L'échantillon est déterminé par quota, il n'est pas tiré au sort. Comme il s'agit d'un échantillon nombreux et que la consommation quotidienne de denrées alimentaires ne subit pas de grandes oscillations, les données obtenues des budgets familiaux atteignent un degré de véracité élevé. Naturellement, il n'est pas possible d'éviter les erreurs d'échantillonnage ni certaines erreurs systématiques : par exemple les données sur la consommation des boissons alcooliques sont toujours sous-estimées. Néanmoins, les résultats obtenus à partir des budgets familiaux sont très satisfaisants.

L'étendue de l'échantillon permet de faire des observations séparées pour les régions tchèques et slovaques, ce qui est important, car le niveau de développement économique et les coutumes alimentaires sont différents dans les deux parties du pays.

Les indications les plus importantes calculées sur la base de la statistique des budgets familiaux, sont les coefficients d'élasticité par rapport au revenu calculés pour chacun des groupes suivis, ménages des ouvriers, des employés, des agriculteurs, des rentiers. Chacun des groupes sociaux montre des relations différentes entre le revenu et la consommation et seuls les groupes des ouvriers et des employés présentent des comportements similaires.

En outre tous les cinq ans on procède à une enquête générale par tirage au sort auprès de 1 % de l'ensemble des ménages du pays.

La structure sociale utilisée par l'étude des budgets familiaux est assez approximative. L'approfondissement des études de la consommation exigera une stratification sociale plus détaillée. Cette stratification doit respecter l'aspect socio-professionnel et l'aspect écologique.

Comme l'ancien modèle économique a été construit sur la base d'un système rigide de prix, les possibilités d'évaluer sur la base du passé l'influence des changements de prix sur la consommation sont très limitées. L'élasticité par rapport au revenu calculé sur la base des budgets familiaux peut servir d'orientation pour l'élasticité par rapport au prix : Sluckij a prouvé en effet qu'il y a une relation entre les deux élasticités.

Il est évident que la statistique du chiffre d'affaires exprime le développement de la part de consommation finale qui passe par le marché. S'il y a du changement dans d'autres sphères de la consommation finale, il faut l'exprimer comme une des variables indépendantes dans l'analyse de régression multiple, à l'aide de laquelle est établi le modèle du développement du chiffre d'affaires de différents groupes de marchandises. Nous avons déjà mentionné l'autoconsommation collective. Par exemple, si le volume des repas collectifs pris à l'école augmentait, ce fait aurait une influence sur le volume et la structure de produits alimentaires consommés dans les ménages.

Des modèles de consommation sur la base de régressions multiples ont été construits dans notre Institut et servent comme matériel de base pour la planification de la consommation finale à long terme. Les coefficients obtenus par les régressions multiples peuvent être utilisés pour la prévision du développement futur, si nous connaissons le développement futur des variables considérées dans les modèles. Cette méthode est acceptable pour la prévision à moyen terme, délai pendant lequel on peut supposer qu'il n'y aura pas de changements profonds dans le mode de vie, c'est-à-dire que les coefficients obtenus pour le passé ne perdront pas leur validité.

Dans notre Institut ont été aussi effectuées des analyses de la structure de la consommation, surtout alimentaire, dans les différents départements de la Tchécoslovaquie : sous-consommation par rapport à la structure sociale et démographique de la population stable des départements, par rapport à son revenu et le niveau de l'autoconsommation etc. Ces analyses sont destinées surtout aux entreprises commerciales. De ces analyses on déduit le chiffre d'affaires qui peut être attendu pour les différents groupes de produits alimentaires par rapport au développement économique prévu par le plan de l'économie nationale. Dans le cadre d'études du marché, chaque entreprise commerciale est obligée de déterminer quelle sera sa part de ventes totales. Ces calculs doivent devenir intéressants, surtout dans la mesure où la concurrence entre les différents circuits commerciaux se développera. Il s'agit de la concurrence entre le commerce d'Etat et les coopératives de consommation, ainsi qu'entre le commerce alimentaire au détail et les centres de consommation collective.

S'il est question de plans de plus de 5 à 7 années, on ne peut plus se limiter aux indicateurs exprimant le développement passé. Il faut projeter dans les plans

les facteurs qui n'agissent pas encore mais qui agiront dans l'avenir. C'est surtout le développement économique qui représente le facteur le plus dynamique. Dans la sphère de la consommation, le développement économique se traduit par l'introduction de nouveaux produits, qui seront à même de satisfaire les nouveaux besoins ou de satisfaire les besoins existants d'une manière nouvelle. Par exemple dans nos conditions, un élargissement de l'assortiment de fruits et légumes en conserves à l'aide de technologies avancées, ainsi que le stockage moderne de fruits et de légumes frais, auraient un effet considérable sur la valeur biologique et la structure des rations.

Le développement économique se manifeste aussi par une augmentation de la productivité de travail, qui constitue la base de l'augmentation des loisirs. Une des sphères de recherches sociologiques les plus intéressantes sont les études de l'influence des loisirs sur la consommation. Dans le domaine de la consommation de produits alimentaires on peut mentionner comme exemple la demande croissante des services des restaurants et de produits en conserve en relation avec le développement du tourisme.

Dans le cadre de prévisions de longue durée (de 15 à 20 ans) on a réalisé des études de la consommation optimum pour les marchandises les plus importantes. L'étude de la consommation optimum de produits alimentaires a été effectuée par l'Institut d'Etudes des Industries de l'alimentation et, pour les articles non alimentaires, par l'Institut d'Etudes du Commerce.

Les études de la consommation optimum ont été effectuées au sein de groupes multidisciplinaires d'experts comprenant des économistes, des techniciens, des médecins, des sociologues, des démographes, etc... Les études de ce genre ne sont jamais définitives et doivent être révisées de temps en temps.

LES ETUDES OPERATIONNELLES DU MARCHE

Comme nous l'avons déjà mentionné les études opérationnelles sont utilisées par les entreprises industrielles commerciales dans leurs activités courantes. L'appareil commercial surtout dispose d'un stock important d'informations sur le développement de la consommation. Pour le rassemblement des informations et de l'organisation du commerce intérieur, il convient que l'appareil du commerce intérieur exécute la plupart des

études de marché afin que ses résultats servent au commerce intérieur ainsi qu'à l'industrie, car les deux partenaires sont responsables de l'approvisionnement de la population.

Les études opérationnelles de marché utilisent d'une part les données statistiques périodiques, d'autre part des données obtenues lors d'enquêtes spéciales.

Les entreprises de commerce intérieur disposent d'une statistique détaillée sur les achats, les ventes et les stocks de la marchandise existant dans le commerce de gros. Sur la base de cette statistique il est possible d'étudier le développement de ventes des groupes de produits homogènes. Cette statistique montre aussi la dynamique des stocks au stade de gros. Les éventuelles différences entre les stocks actuels et les stocks optimaux indiquent les disproportions entre la vente et les livraisons.

Les entreprises commerciales et industrielles disposent aussi des données statistiques concernant les produits alimentaires à livraison directe (produits périssables). Le caractère de ces marchandises est tel qu'on peut négliger les stocks et assimiler les livraisons aux ventes.

Actuellement, la politique de prix est centralisée pour la plupart des produits alimentaires ; cependant cela ne représente pas nécessairement une politique rigide, et on peut compter sur une décentralisation partielle au cours des prochaines années. Dans l'avenir, il faut compter que l'analyse d'élasticité par rapport aux prix formera une partie significative des études du marché des produits alimentaires. Cette analyse montrera les variations de la demande suivant les changements de prix. L'analyse traitera aussi les élasticités croisées par rapport au prix qui expriment de combien changera la demande d'un article en cas de changement du prix d'un autre article.

Si nous en croyons nos lectures, les méthodes d'études du marché utilisées en Tchécoslovaquie et celles qui sont employées dans des pays non socialistes, ne sont pas très différentes. Il semble cependant que l'organisation des recherches soit théoriquement plus facile dans les conditions du commerce socialiste.

Les études joueront désormais un rôle important dans l'économie socialiste. Si les produits fabriqués ne correspondent pas à la demande, ils ne trouvent pas d'acheteurs et le travail incorporé dans ces produits représente une perte pour la société entière, ce qui socialement n'est pas tolérable.