

Chapitre 1 – Le comportement du consommateur

EXTRAIT DU PROGRAMME : 2. Comportements individuels. Éléments de théorie du consommateur : préférences, utilité, contrainte budgétaire, décision de consommation, effets de revenu et de substitution, courbe de demande individuelle, offre de travail et comportement d'épargne.

PLAN DU COURS

I. FONDEMENTS DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

A. IDEES DE BASE

B. RATIONALITE DU CONSOMMATEUR

C. PREFERENCES DU CONSOMMATEUR

D. FONCTION D'UTILITE

1. DEUX APPROCHES DE LA FONCTION D'UTILITE

2. PROPRIETES DE LA FONCTION D'UTILITE

E. COURBES D'INDIFFERENCE

1. DEFINITION ET CONSTRUCTION

2. PROPRIETES DES COURBES D'INDIFFERENCE

F. UTILITE MARGINALE ET TAUX MARGINAL DE SUBSTITUTION

G. BUDGET ET DEPENSES

II. CHOIX RATIONNEL DU CONSOMMATEUR

A. DETERMINATION DE L'EQUILIBRE DU CONSOMMATEUR

B. STATIQUE COMPARATIVE

C. LE CONSOMMATEUR EST-IL TOUJOURS RATIONNEL ?

III. DEMANDE DU CONSOMMATEUR

A. EQUILIBRE DU CONSOMMATEUR ET VARIATION DU REVENU

1. COURBE CONSOMMATION-REVENU OU CHEMIN D'EXPANSION DU CONSOMMATEUR

2. COURBES D'ERNST ENGEL

3. ELASTICITE REVENU-CONSOMMATION

B. EQUILIBRE DU CONSOMMATEUR ET VARIATION DU PRIX

1. COURBE CONSOMMATION-PRIX

2. ELASTICITE PRIX DE LA DEMANDE

TRAVAIL PERSONNEL

MOTS CLES A DEFINIR : agent représentatif, biens, paniers de bien, préférences, principe de non-satiété, utilité, utilité ordinale/cardinale, revenu, budget, contrainte budgétaire, rareté, équilibre, maximisation sous contrainte, courbe consommation-revenu/chemin d'expansion du consommateur, lois d'Engel, élasticité revenu/prix directe, courbe consommation-prix, bien normal, bien inférieur, bien de luxe, bien Giffen, bien Veblen, bien Akerlof, paradoxe de King (1696).

AUTEURS/THEORIES A CONNAITRE : William Jevons, Carl Menger, Léon Walras***, Vilfredo Pareto***, Eugen Slutsky, Paul Samuelson, John Hicks, Herbert Simon (1957)***, Daniel Kahneman et Amos Tversky (1979, 1986)***, Jack Knetsch (1989), Maurice Allais (1953)***, Daniel Ellsberg (1961), André Orléan (2001)***, Olivier Chanel et Graciela Chichilnisky (2009 , 2013), Ernst Engel (1857)***, Alfred Marshall (1890)***.

BIBLIOGRAPHIE :

- Drobinski, V. (2021). Introduction à l'économie. Ellipses : **Chapitre 2 – Consommation et épargne. II. L'analyse microéconomique de la consommation.**
 - Généreux, J. (2021). Économie politique. 2. Microéconomie. Hachette Éducation.
- Chapitre 1 – Théorie du consommateur.**
Chapitre 2 – Théorie de la demande. 1. Et 2.

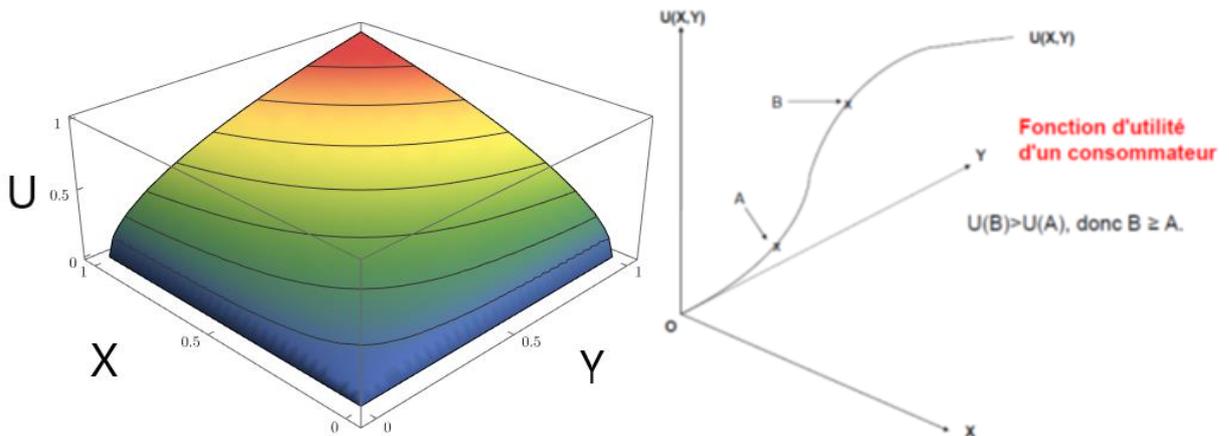
Trois amis réfléchissent à leur programme du samedi soir. Emilie préfère aller au cinéma qu’au théâtre et au théâtre qu’au foot. Charles préfère le foot au cinéma et le cinéma au théâtre. Et Matthieu préfère le théâtre au foot et le foot au cinéma.



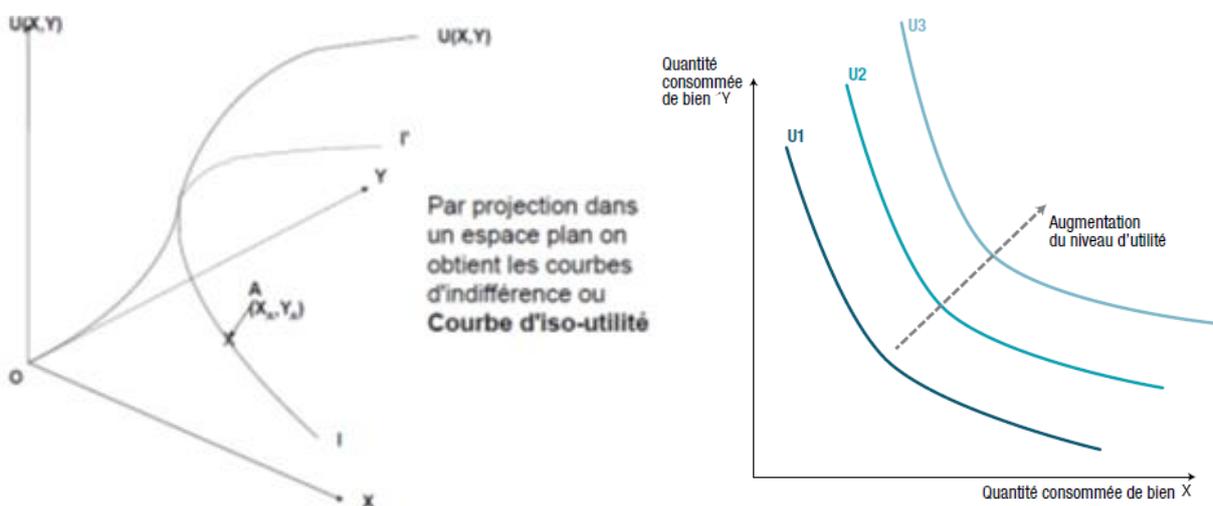
Questions

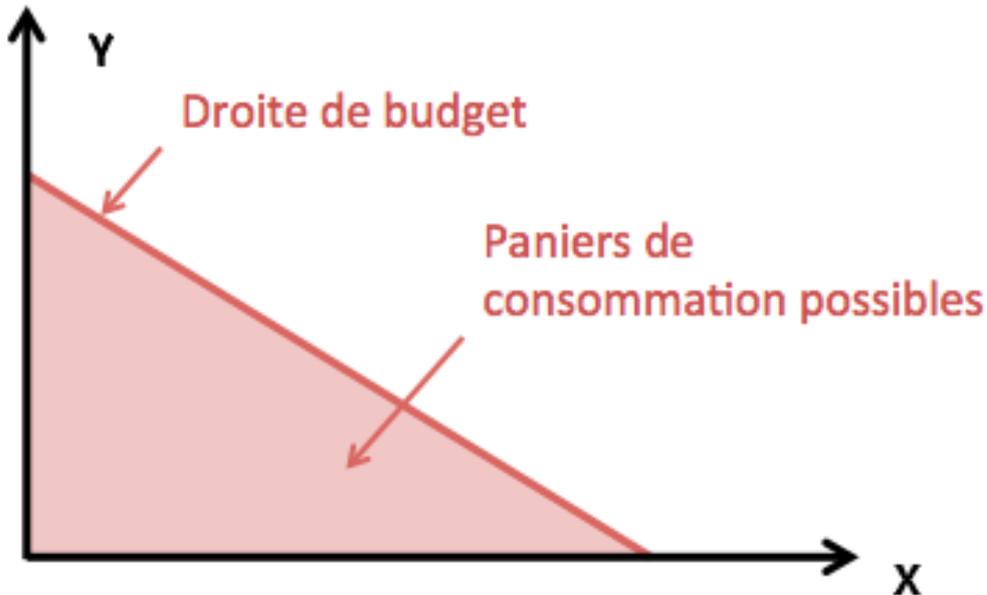
1. Appliquez pour chacun des amis l’axiome de la transitivité. Déterminez la relation de préférence de chaque ami.
2. Appliquez la règle de la démocratie pour déterminer le programme du samedi soir d’Emilie, Charles et Matthieu.

DOCUMENT N°2 : La fonction d’utilité ou la « colline des plaisirs »



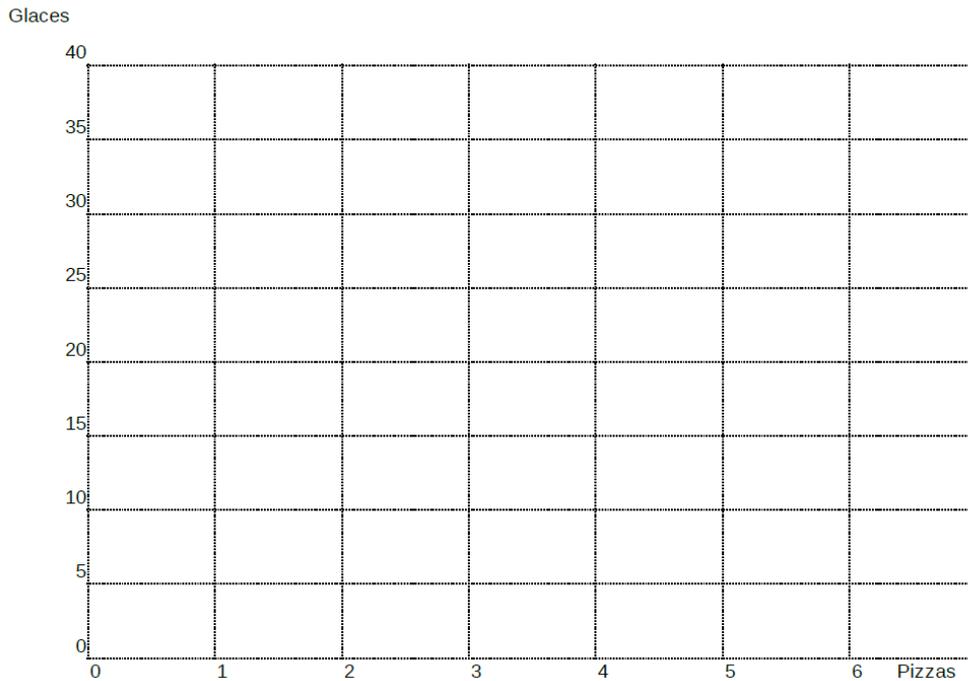
DOCUMENT N°3 : Les courbes d’indifférence ou « cartes » d’indifférence



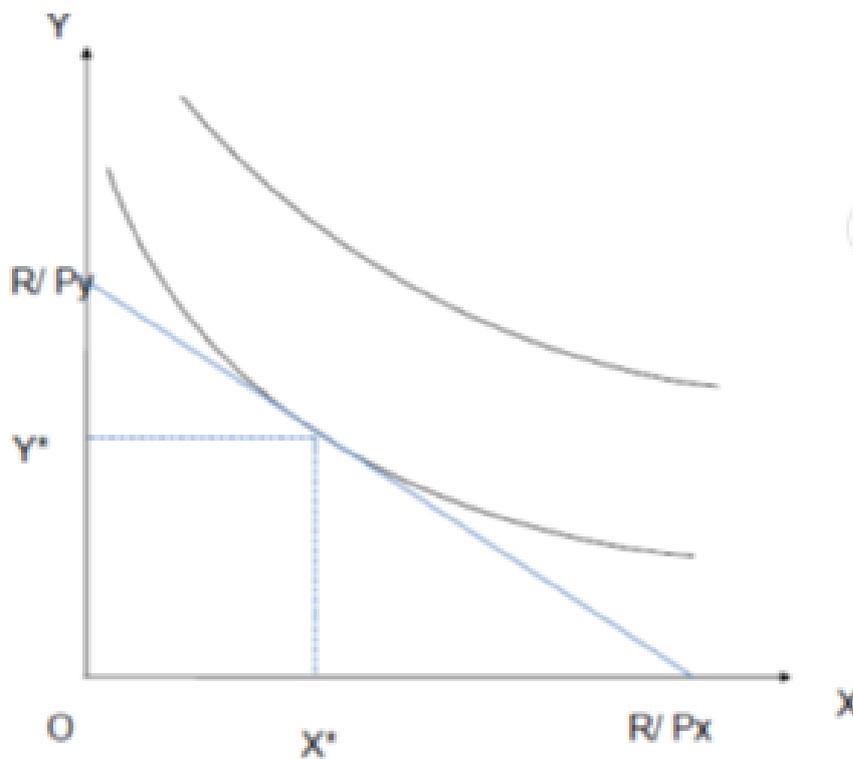


Questions

1. Le prix du bien X , les pizzas, est égal à 10 €, et le prix du bien Y , les glaces, est égal à 2 € et vous gagnez 60 € par mois. Représentez graphiquement (quadrillage sur page suivante) la droite de budget correspondante en caractérisant :
 - La pente : combien de glaces le consommateur doit-il céder pour acheter une pizza de plus ?
 - L'ordonnée à l'origine : si le consommateur ne consomme pas de pizzas : combien de glaces va-t-il consommer ?
 - L'abscisse : si le consommateur ne consomme pas de glaces : combien de pizzas va-t-il consommer ?
2. Le revenu du consommateur augmente de 60 € à 70 €. Sur votre graphique, modifiez en conséquence la droite de budget. Que pouvez-vous en conclure ?
3. Pour un revenu de 60 €, le prix des pizzas augmente à 3 €. Sur votre graphique, modifiez en conséquence la droite de budget. Que pouvez-vous en conclure ?

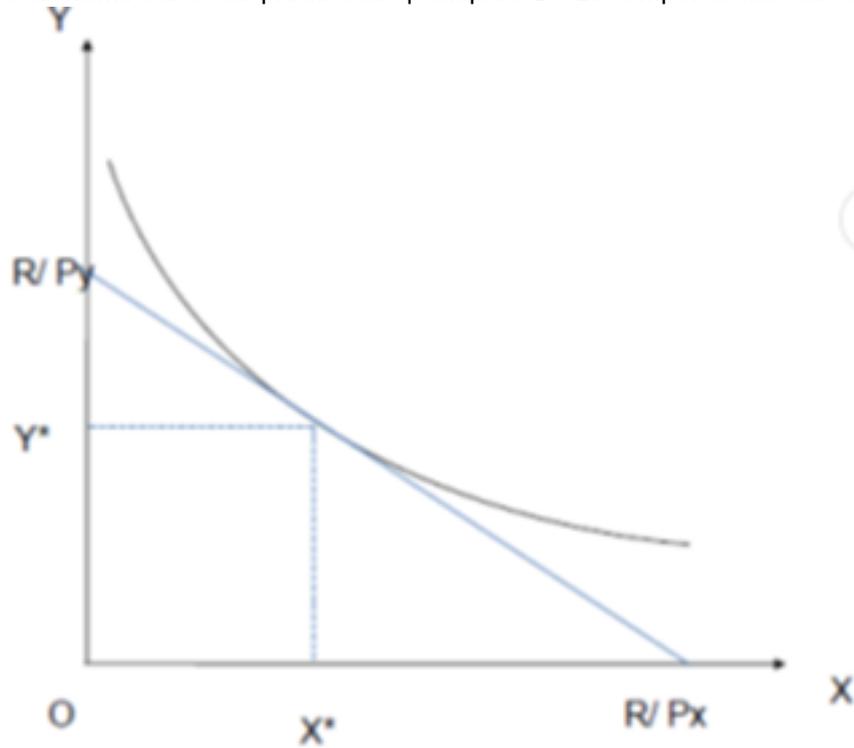


DOCUMENT N°5 : La détermination graphique de l'équilibre du consommateur et statique comparative

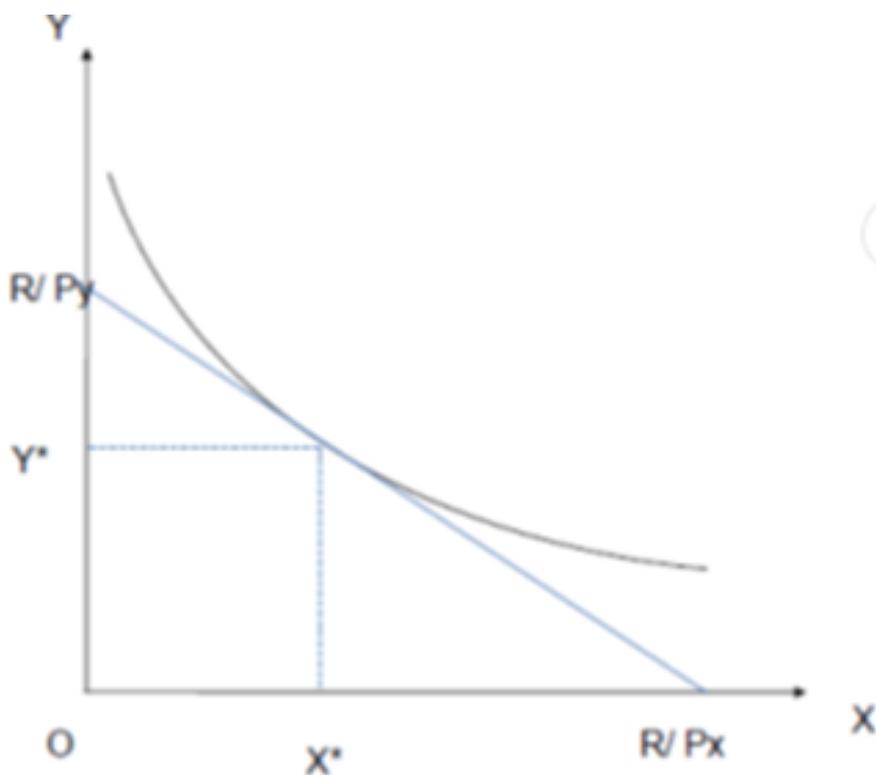


Questions

1. Le revenu du consommateur augmente *tout*. Déterminez sur le graphique suivant le nouvel équilibre du consommateur :



2. Le prix du bien X diminue *tcepa*. Déterminez sur le graphique suivant le nouvel équilibre du consommateur.



3. Admettons que le revenu du consommateur augmente dans les mêmes proportions que les prix des biens X et Y *tcepa*. Déterminez le nouvel équilibre du consommateur. Le consommateur peut-il être victime de l'illusion monétaire ?

- **Théorie des perspectives de Daniel Kahneman et Amos Tversky (1979)**
 - **Aversion aux pertes** (Daniel Kahneman et Amos Tversky Loss Aversion in Riskless Choice: a Reference-Dependant Model, 1991) :
 - Les individus perçoivent les pertes **plus intensément** que les gains. Les individus sont **plus sensibles aux pertes qu'aux gains** d'un même montant.
 - **Dépendance à un point de référence** : les individus évaluent les perspectives en termes de gains ou de pertes par rapport à un **point de référence** plutôt qu'en termes de **résultat net final**.
- **Biais de cadrage (« Framing effect » ou « Effet de présentation », Daniel Kahneman et Amos Tversky, 1986)** : des variations dans la présentation d'un même problème de décision peuvent produire des **inversions de choix**.
 - Si un problème est présenté en des termes **négatifs**, le comportement d'un agent sera **risquophobe**.
 - A l'inverse, s'il est présenté en des termes **positifs**, il sera **risquophile**.
- **Effet de dotation initiale, Jack Knetsch (1989), Daniel Kahneman et al. (1990)** : les sujets préfèrent les biens qui leur ont été **remis au départ**.
 - La dotation initiale a pour conséquence **d'augmenter la valeur qui est accordée à ces biens**.
- **Paradoxe d'Allais (1953)** : les individus accordent plus de poids aux événements **peu probables**, quitte à prendre un risque, autant gagner beaucoup. Exemple : Loto.
- **Paradoxe d'Ellsberg (1961)** remet en cause l'hypothèse selon laquelle les choix des sujets expriment des **jugements probabilistes**.
 - Deux urnes : Urne 1 : 1 boule rouge et 1 noire ; Urne 2 : 2 boules, toutes 2 rouge ou noire.
 - On soumet au joueur **deux séries d'alternatives** entre :
 - **Loterie 1** : gagner 1 000 si on tire une boule **rouge** dans l'urne 1.
OU **loterie 2** : gagner 1 000 si on tire une boule **rouge** dans l'urne 2.
 - **Loterie 3** : gagner 1 000 si on tire une boule **noire** dans l'urne 1.
OU **loterie 4** : gagner 1 000 si on tire une boule **noire** dans l'urne 2.

⇒ Le joueur rationnel est censé avoir son idée sur les **probabilités** de tirer une boule rouge ou une boule noire dans la seconde urne.

Question

1. Si le joueur préfère la loterie 1 à la loterie 2, devrait-il préférer la loterie 3 à la loterie 4 ou la loterie 4 à la loterie 3 ?

- Le **mimétisme rationnel d'André Orléan (2001)**

- **Mimétisme normatif** : action conforme à celles des autres de **peur d'être rejeté**.
 - **Objectif** : pour se conformer au groupe, se prémunir en cas d'échec.
- **Mimétisme informationnel** : les agents croient que les autres disposent d'une meilleure information **privée**.
 - **Objectif** : limiter l'erreur en cas d'incertitude.
- **Mimétisme autoréférentiel** : l'agent tente de prévoir le comportement **majoritaire** afin de **l'imiter**. Exemple : concours de beauté de John Maynard Keynes.
 - **Objectif** : pour tirer profit d'une tendance sur le marché.
- **Remarque** : les comportements mimétiques ne sont pas forcément **irrationnels pour les agents** : en situation d'information imparfaite, l'information la moins coûteuse est fournie par le comportement des autres agents. Au niveau d'un marché cependant, le comportement mimétique peut faire apparaître des **situations de bulles spéculatives déconnectées de la réalité**.

DOCUMENT N°7 : La courbe consommation-revenu

