

Le consommateur – Les contraintes

Microéconomie 1

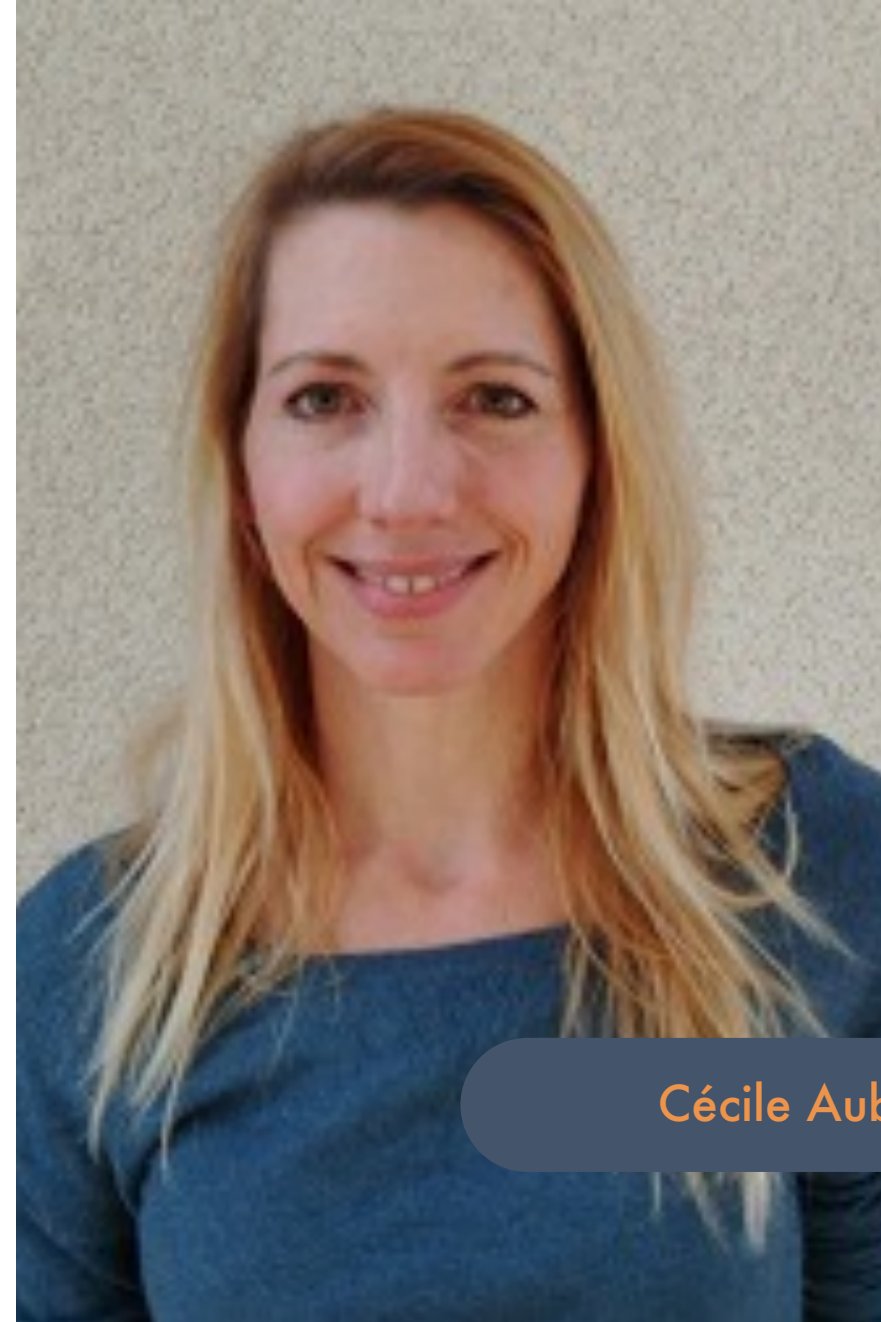
AUNEGe
L'université numérique
Economie Gestion

université
de **BORDEAUX**
Faculté
Économie, gestion et administration
économique et sociale



Les contraintes sont, pour le consommateur, en général beaucoup plus simples à représenter que pour les préférences.

Ce n'est pas le cas pour le producteur, qui peut faire face à des contraintes techniques, des contraintes de disponibilités de ressources, etc., complexes.



Cécile Aubert



Les contraintes

Les choix se font en présence de contraintes.

Sinon, sous l'hypothèse que les préférences sont monotones (non satiété), l'individu voudrait toujours consommer des quantités infinies.

Les contraintes physiques et légales

La contrainte budgétaire

Représentation graphique



Les contraintes

- Les préférences ne sont pas le seul facteur explicatif du comportement du consommateur.
- **Les contraintes légales, physiques et budgétaires limitent aussi le choix du consommateur.**



Les choix du consommateur sont limités par des contraintes physiques et/ou légales.

Par exemple :

- le temps de loisir est au plus égal à 24 heures / jour ;
- en Europe, le temps de travail ne peut pas dépasser 48 heures par semaine.



On définit l'ensemble de consommation, noté X , comme tous les paniers de consommation compatibles avec ces contraintes.

En général, l'ensemble de consommation est facile à définir.

On supposera (sauf cas particuliers) que :

$$X = \{x \text{ tel que } x_k \geq 0, \text{ pour } k = 1, \dots, K\}$$



Les choix du consommateur sont limités par son revenu et par les prix des biens.

On note :

$p = (p_1, \dots, p_K)$ = le vecteur de prix ($p \gg 0$: le prix de chaque bien est strictement positif, rien n'est gratuit...);

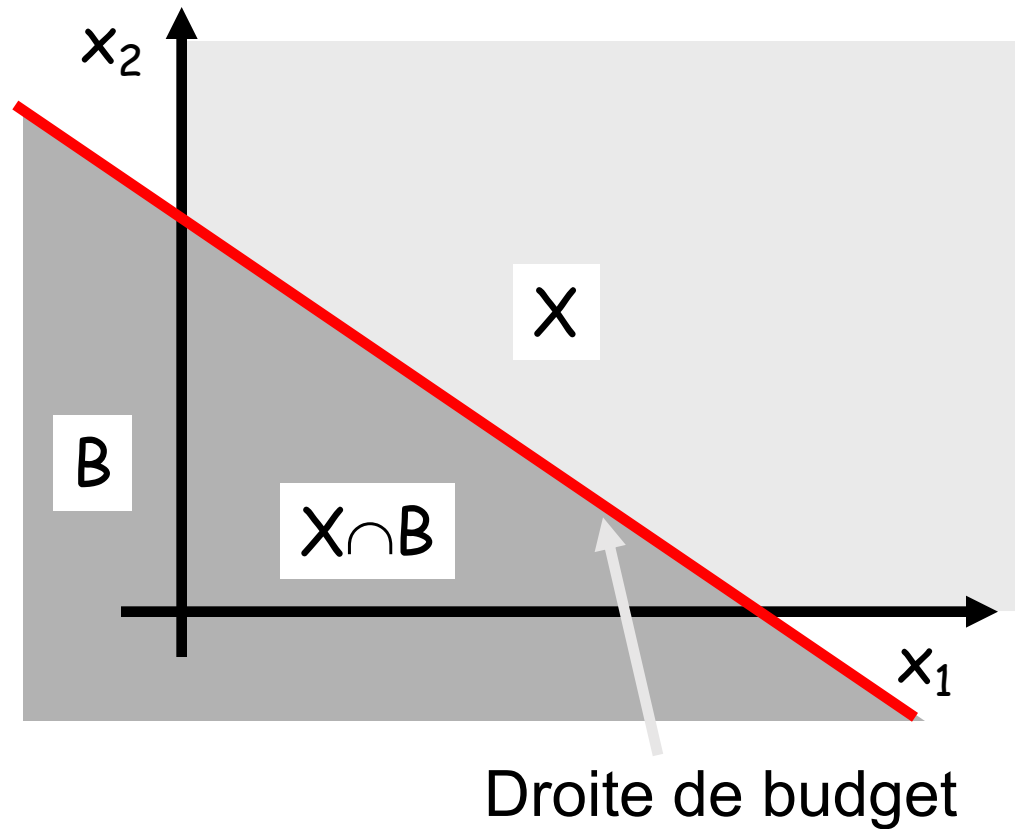
R = le revenu du consommateur ($R > 0$).

L'ensemble de budget, noté B , est constitué de tous les plans de consommation coûtant *au plus* le revenu du consommateur :

$$B = \{x \text{ tel que } p \cdot x = \sum_k p_k x_k \leq R\}$$



La droite de budget



Le consommateur doit choisir un plan de consommation

- dans X (contraintes physiques et/ou légales)
- **et** dans B (contraintes économiques).

Leur intersection est *l'ensemble des paniers réalisables*.



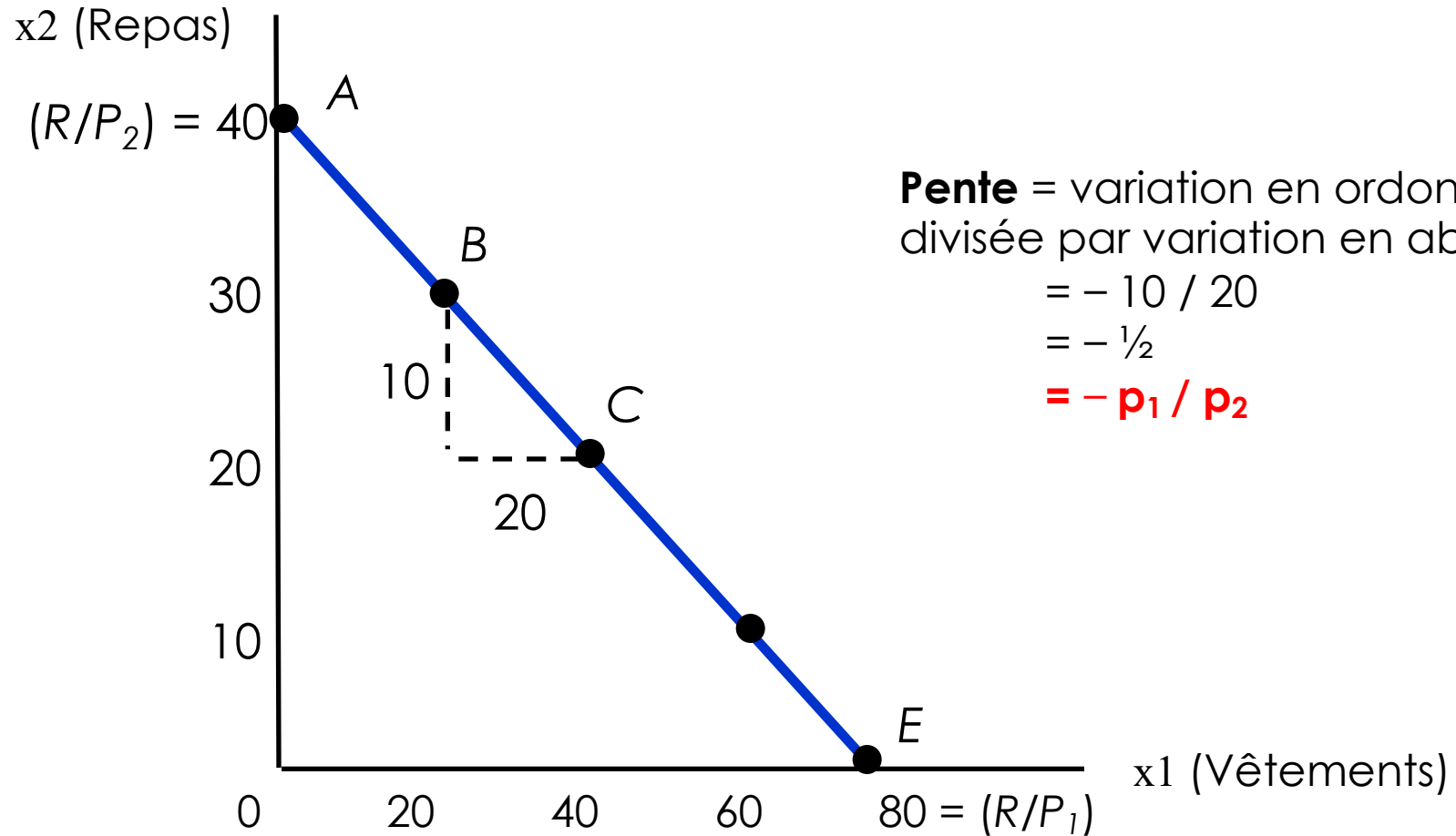
- On suppose que le revenu est *dépensé totalement* et que l'épargne est nulle.
- Remarque : On aurait aussi pu permettre au consommateur d'épargner. Dans ce cas on aurait considéré que *l'épargne est un bien* particulier. Il y aurait eu *3 biens* (et la représentation graphique aurait été plus compliquée...).
- ***La droite de budget*** est l'ensemble des combinaisons de deux biens tels que les dépenses totales sont égales au revenu.



La droite de budget : exemple
de points sur une droite avec $R = 80 \text{ €}$

Panier	Vêtements $P_1 = 1 \text{ €}$	Repas $P_2 = 2 \text{ €}$	Revenu $R = P_1x_1 + P_2x_2$
A	0	40	80 €
B	20	30	80 €
C	40	20	80 €
D	60	10	80 €
E	80	0	80 €

La droite de budget : exemple



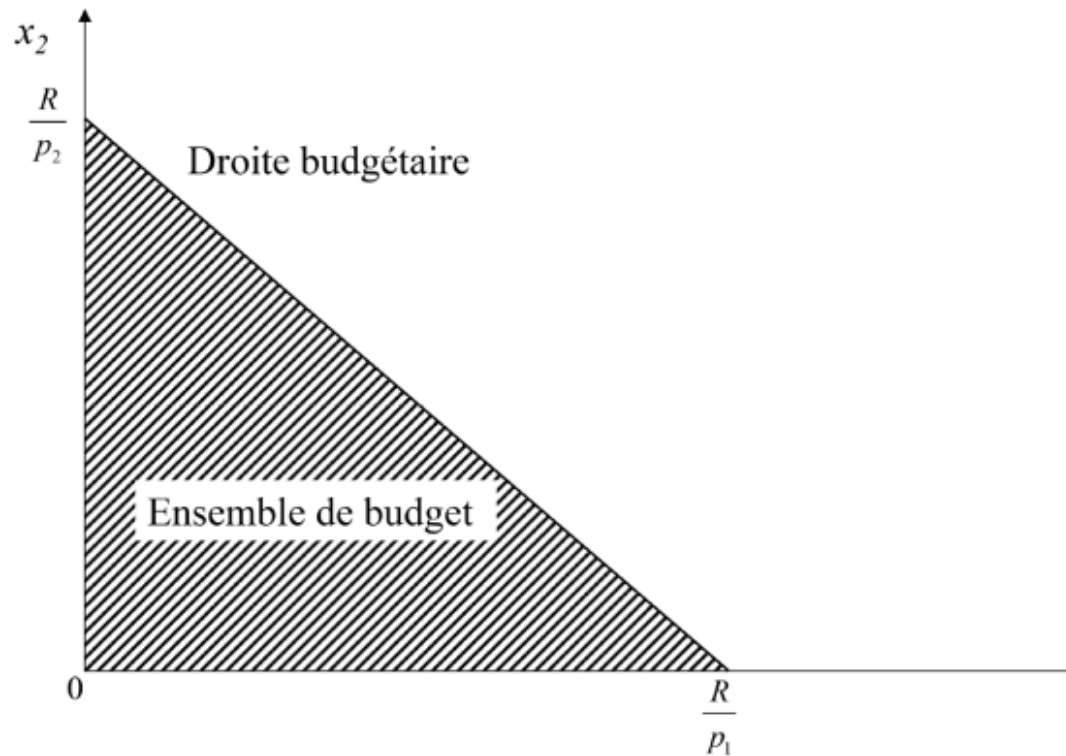
Pente = variation en ordonnée
divisée par variation en abscisse
 $= -10 / 20$
 $= -\frac{1}{2}$
 $= -p_1 / p_2$

La droite de budget

- Le long de la droite de budget, le consommateur dépense moins sur un bien et plus sur l'autre.
- La **pente** de la droite de budget mesure *le coût relatif des produits*.
- La pente est *l'opposé du rapport des prix des deux biens*.
- La pente indique aussi dans quelles proportions on peut *substituer* un bien pour un autre quand on a un revenu donné.



La droite de budget



- L'ordonnée (verticale) à l'origine R/P_2 représente le montant maximal de bien 2 (ex: repas) qu'on peut acheter avec le revenu R (on dépense tout son revenu en bien 2).
- Le point d'intersection de la droite avec l'abscisse (horizontale) R/P_1 représente le montant maximal de bien 1 (ex : vêtements) qu'on peut acheter avec le revenu R .



Une **augmentation de revenu** provoque un *déplacement de la droite de budget vers l'extérieur*,

en s'éloignant de l'origine,

parallèlement à sa position initiale (quand les prix sont constants).

Le consommateur peut acheter **plus** des deux biens.

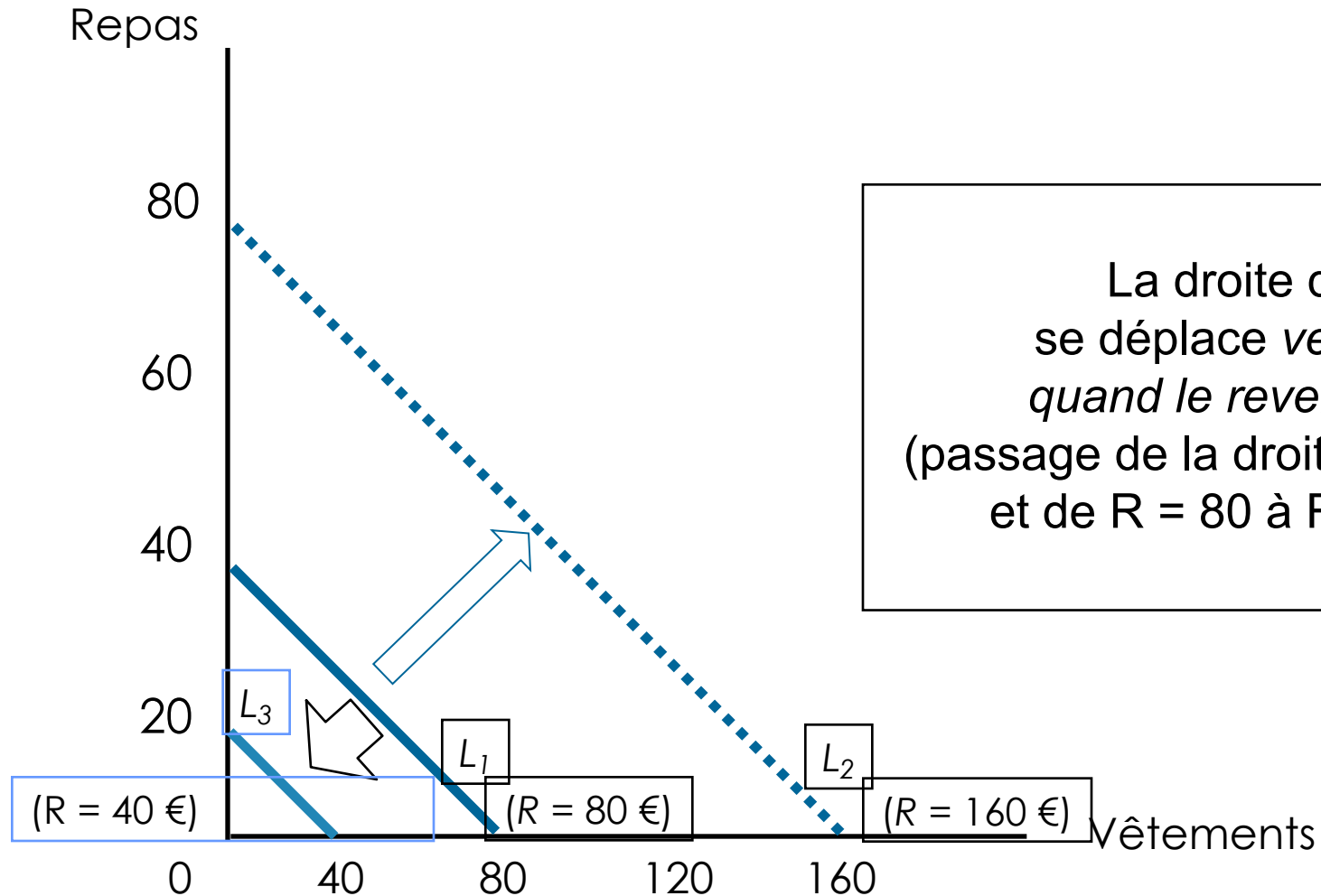
Une baisse de revenu provoque l'effet opposé (déplacement vers l'intérieur).

Comme les prix ne changent pas, le rapport de prix ne change pas non plus, donc la pente de la droite ne change pas.



Variation de revenu

La droite de budget se déplace vers l'intérieur quand le revenu baisse (passage de la droite L1 à L3, et de R = 80 à R = 40 euros).



La droite de budget se déplace vers l'extérieur quand le revenu augmente (passage de la droite L1 à la droite L2, et de R = 80 à R = 160 euros).

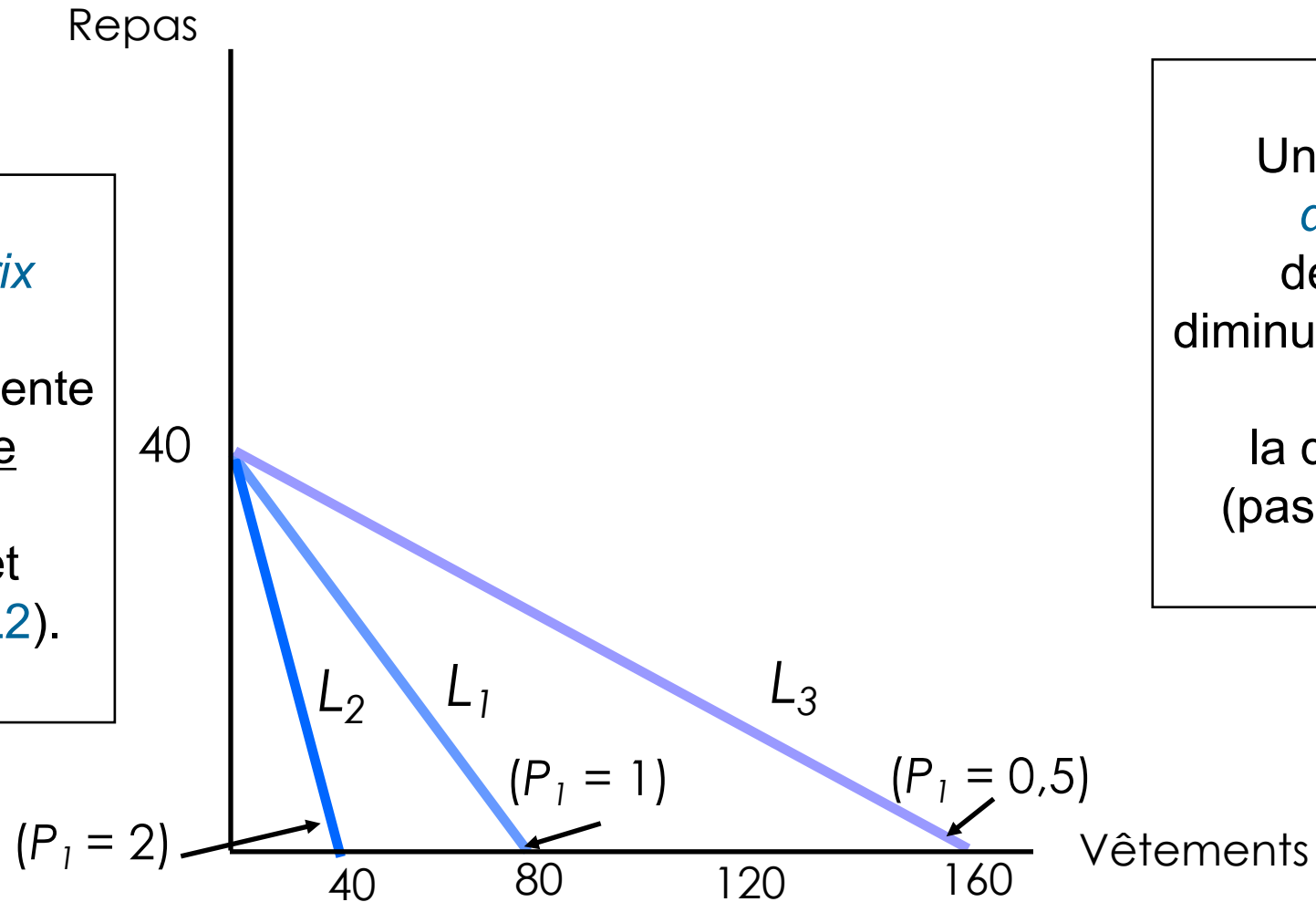
Variation d'un prix

- Les effets d'une variation de prix : si le prix d'un bien augmente, la droite de budget **pivote** (le rapport des prix change, donc la pente de la droite change).
- Supposons que le *prix des vêtements augmente* :
 - Si le consommateur n'achète *que* des vêtements, il ne peut plus en acheter autant qu'avant. Le point d'intersection de la droite avec l'abscisse se déplace vers zéro (baisse de R/P_1).
 - Si le consommateur n'achète *que* des repas, il peut en acheter autant qu'avant (le prix des repas n'a pas changé). L'ordonnée (R/P_2) ne change pas.



Variation de prix

Une *hausse du prix des vêtements* de 1 à 2 euros augmente en valeur absolue la pente de la droite de budget (passage de L1 à L2).



Une *baisse du prix des vêtements* de 1 à 0,50 euro diminue en valeur absolue la pente de la droite de budget (passage de L1 à L3).

Variation d'un prix

- La hausse du prix d'un des deux biens conduit à un « appauvrissement », en pratique, du consommateur : son ensemble budgétaire se réduit.
- Mais il ne se réduit pas de façon symétrique pour les deux biens, puisque seul un des prix est modifié.
- Inversement la baisse du prix d'un des biens produit une sorte d'enrichissement du consommateur, car il peut acheter plus de choses (son ensemble budgétaire s'agrandit). Il peut acheter plus du bien qui est devenu moins cher, mais il peut aussi décider de consommer plus de l'autre bien (grâce aux économies effectuées sur le bien devenu moins cher).

