

I. Comment faire des choix dans un monde aux ressources limitées ?

A. Pourquoi et comment le consommateur fait-il des choix ?

Document 1 : étancher sa soif : une multitude de choix



1) à quelle(s) condition(s) peut-on acheter une boisson pour étancher sa soif ?

Si l'on suppose que cette boisson convient au consommateur lambda (commun/ ordinaire), il faut qu'elle soit disponible à la vente, que ce consommateur en ait connaissance et qu'il dispose du pouvoir d'achat lui permettant d'acquérir ce produit. Il faut donc qu'il dispose de ressources monétaires (les siennes ou celles qu'il pourrait se procurer auprès d'autrui) et que les prix soient cohérents tant avec elles qu'avec le produit et sa soif :

- La cohérence avec les ressources : ce consommateur ne va pas pouvoir acheter une boisson dont le prix serait disproportionné par rapport aux ressources qu'il est en mesure de mobiliser.
- La cohérence avec le produit et sa soif : même si ses ressources le lui permettaient, ce consommateur ne serait vraisemblablement pas disposé à acheter une boisson dont le prix serait disproportionné par rapport à ses qualités intrinsèques.

Et même si ce n'était pas le cas, il n'achèterait probablement pas une boisson de bonne qualité et de forte contenance si l'ampleur de sa soif était modeste.

2) en fonction de quels éléments se décide-t-on pour son achat ?

Tel le consommateur lambda (commun/ ordinaire), nous nous décidons donc en tenant compte de la quantité et de l'intensité de nos besoins, de la quantité et de la qualité des produits

disponibles, des ressources monétaires que nous sommes à même de mobiliser et des prix de marché des différents produits.

Document 2 : contrainte de rareté, préférences et choix rationnels

« Les ressources disponibles [...] sont rares, comparées à l'étendue des besoins. Si les ressources étaient naturellement abondantes, c'est-à-dire accessibles sans limites et sans coûts, les hommes ne seraient pas contraints de sacrifier quoi que ce soit pour satisfaire un besoin particulier ; tous les désirs seraient comblés jusqu'à satiété. Mais, dans un univers de rareté, les besoins sont concurrents entre eux. Toute satisfaction exige l'utilisation de [...] ressources qui seront définitivement perdues pour une autre satisfaction. [...]

Les agents doivent [donc] définir une échelle de préférence entre tous les choix possibles. Et parce que tout choix entraîne un sacrifice, les individus ne sont pas indifférents à la façon de satisfaire leurs besoins. Parmi toutes les méthodes disponibles pour satisfaire un besoin particulier, les individus sont incités à choisir celle qui leur procure le maximum de satisfaction pour un coût donné, ou, ce qui revient au même, celle qui implique le coût minimum pour une satisfaction donnée. »

■ Jacques Généreux, *Introduction à l'économie*, © Éditions du Seuil, 1992, « Points Économie », 2014.

- 1) Définissez l'expression « contrainte de rareté » et pourquoi cette contrainte impose-t-elle de faire des choix ?
- 2) Précisez le sens de la phrase soulignée.

- 1) Nos ressources n'étant pas illimitées alors que nos besoins le sont, nous devons faire des choix pour maximiser notre satisfaction c'est-à-dire renoncer à la satisfaction de tel besoin au profit de celle de tel autre, utiliser telle ressource dans tel but au détriment de tel autre, etc.
- 2) Les êtres humains seraient des êtres non pas impulsifs mais calculateurs, chacun d'eux essayant de maximiser sa satisfaction pour une dépense donnée ou bien, symétriquement, tentant de minimiser sa dépense pour un certain niveau de satisfaction.

Document 3 : goûts, utilité et prix

« Les économistes appellent utilité la satisfaction que procure à un individu la consommation d'une combinaison de biens ou de services. On peut penser que les individus seront capables de dire s'ils préfèrent ou non une combinaison de biens à une autre. Pour les économistes, la combinaison de biens préférée par un individu est celle dont le degré d'utilité est supérieur aux autres combinaisons de biens qu'il aurait pu choisir. [...]

Combien un individu est-il disposé à payer pour se trouver dans une situation plutôt que dans une autre ? Par exemple, si Stéphane préfère la glace au chocolat à la glace à la vanille, il sera logiquement disposé à payer davantage pour avoir une glace au chocolat. [...]

Ce que Stéphane devra payer pour une glace au chocolat dépend des prix du marché ; ce qu'il est disposé à payer traduit ses préférences. La disposition à payer est un bon instrument pour mesurer l'utilité. »

■ Joseph Stiglitz, Carl E. Walsh, Jean-Dominique Lafay, *Principes d'économie moderne*, De Boeck, « Ouvertures économiques » 4^e éd., 2014.

- 1) Qu'est ce que l'utilité selon les économistes ?
- 2) En quoi est-elle liée au prix
- 3) Les préférences des consommateurs peuvent-elles changer en fonction des variations des prix sur les marchés ?

- 1) En économie, le mot « utilité » renvoie, au sens néo-classique du terme, au niveau de satisfaction induit par la consommation finale de tel produit ou de tel ensemble de produits.
- 2) Les trois auteurs estiment que l'on ne peut pas mesurer directement l'utilité et en proposent une évaluation indirecte se référant au consentement au paiement : si Stéphane accepte de payer deux euros pour acquérir une glace au chocolat et seulement un euro pour une glace à la vanille, c'est qu'il estime que la satisfaction qu'il retirera du premier type de glace est deux fois plus grande que celle que pourrait lui procurer le second type de glace. Or le consentement au paiement est assez largement fonction des prix du marché. C'est donc en référence à ces derniers que l'utilité s'avère mesurable.
- 3) Soit un consommateur dont le budget est donné une fois pour toutes et qui a le choix entre deux produits, A et B. Si le prix de A augmente mais non celui de B, deux effets peuvent apparaître :
 - Si A et B sont parfaitement substituables, le produit A étant maintenant plus cher relativement à B, ce consommateur aura intérêt à remplacer A par B pour préserver son niveau d'utilité.
 - Si ce consommateur a impérieusement besoin du produit A malgré son renchérissement, il sera contraint de réduire sa consommation du produit B pour préserver celle du bien A.

Les préférences des consommateurs peuvent donc changer en fonction de la variation des prix relatifs (ici, c'est bien entendu le prix relatif de A par rapport à B qui s'est accru).

B. Comment les économistes expliquent-ils les choix du consommateur ?



Le paradoxe de l'eau et du diamant chez Smith

« Il n'y a rien de plus utile que l'eau, mais elle ne peut presque rien acheter ; à peine y a-t-il moyen de rien avoir en échange. Un diamant, au contraire, n'a presque aucune valeur quant à l'usage, mais on trouvera fréquemment à l'échanger contre une très grande quantité d'autres marchandises. »

Adam Smith, Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations, 1776

L'eau a une très forte valeur d'usage (elle est très utile), pourtant elle ne vaut rien; le diamant, pourtant inutile, a une très forte valeur d'échange (il vaut cher).

Ce sont les économistes néoclassiques (l'anglais William Stanley Jevons, le français Léon Walras et l'autrichien Carl Menger) qui, dès 1870, ont développé l'analyse de la valeur comme une utilité. Ils répondent au « paradoxe de l'eau ». Adam Smith explique que le diamant est plus cher parce que plus rare et nécessite une plus grande quantité de travail pour l'extraire. Les néoclassiques expliquent la valeur des biens non pas par la quantité de travail qu'il incorporent (l'émeraude est plus coûteuse à extraire que le diamant mais coûte moins chers) mais par leur utilité marginale. Ainsi celle du verre d'eau décroît plus vite que celle du diamant. Cela explique sa plus faible valeur d'échange.

Document 1 : l'utilité varie selon la quantité

—
Comment évolue le niveau de satisfaction de l'individu quand il consomme une quantité croissante d'un bien ?

Il est raisonnable de penser qu'il dépend de l'intensité du besoin que le consommateur cherche à satisfaire : le plaisir est proportionnel au manque éprouvé avant la consommation. L'analyse microéconomique¹ retient alors une hypothèse simple : l'intensité d'un besoin est décroissante au fur et à mesure que la quantité consommée augmente. Si un individu a soif, il a moins soif à partir du deuxième verre, encore moins soif à partir du troisième verre, etc.

Si l'intensité du besoin décroît avec la quantité consommée, la satisfaction éprouvée pour chaque unité supplémentaire est moins importante que pour la précédente. Le troisième verre d'eau

procure moins de plaisir que le deuxième, et encore moins que le premier. Attention ! Cela ne signifie pas que la satisfaction globale diminue. Si l'individu continue à boire, c'est qu'il éprouve encore du plaisir à le faire. L'utilité totale continue donc à augmenter, mais de moins en moins vite. Autrement dit, l'utilité marginale diminue. [...]

Toutefois, un individu rationnel ne devrait pas poursuivre sa consommation au-delà du point de saturation du besoin. On fait donc l'hypothèse que l'utilité marginale est normalement décroissante, mais toujours positive.

Jacques GÉNÉREUX, *Économie politique*, 2. *Microéconomie*, Hachette, 6^e édition, 2012.

1. La microéconomie est une branche de l'économie qui étudie les comportements individuels des agents économiques.

1) Pourquoi choisir de boire un verre d'eau ?

On boit un verre d'eau pour satisfaire un besoin, cela augmente donc notre satisfaction.

2) En utilisant l'exemple des verres d'eau, expliquez ce qu'est l'utilité marginale.

Le 1^{er} verre d'eau augmente notre utilité, le 2^e verre d'eau l'augmente aussi mais dans une ampleur moins importante que pour le 1^{er} ; le 3^e verre d'eau augmente aussi notre satisfaction, mais d'une quantité encore moins importante que pour le 2^e verre, et ainsi de suite. Donc chaque verre supplémentaire augmente notre satisfaction, mais de moins en moins fortement. L'utilité marginale est donc la satisfaction apportée par un verre supplémentaire. Distinguez utilité totale et utilité marginale.

3) Distinguez utilité totale et utilité marginale

L'utilité totale est la satisfaction apportée par tous les verres d'eau bus (le 1^{er}, le 2^e, etc.) alors que l'utilité marginale est la satisfaction apportée par le dernier verre bu.

4) Expliquez la phrase soulignée.

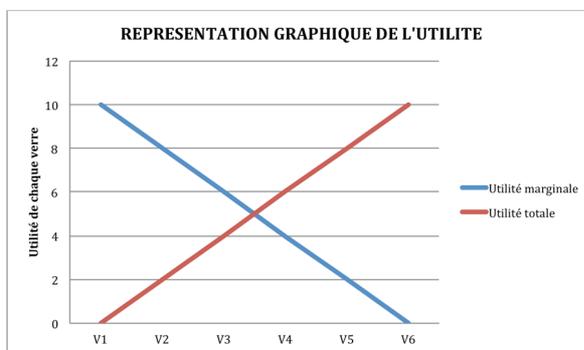
L'utilité marginale est décroissante car chaque verre bu en plus apporte une satisfaction de moins en moins forte. Mais elle est positive car on suppose que chaque verre supplémentaire augmente, même un minimum, notre utilité totale. La somme des utilités marginales est égale à l'utilité totale.

5) Représentez graphiquement la situation étudiée (pour la consommation de 6 verres d'eau), en mettant en abscisse le nombre de verres consommés et en ordonnée l'utilité de chaque verre. (Vous noterez chaque verre, de V1 à V6, l'utilité de 0 à 10, une utilité très forte étant proche ou égale à 10 et une utilité faible proche de 0).

Première version : situation avec utilité linéaire avec 2 points entre chaque verre consommé

Ainsi supposons que le premier verre V1 m’apporte une satisfaction très élevée que je représente par 10 ; le deuxième verre V2 m’apportera moins de satisfaction ainsi il y a une décroissance donc je suppose que ma satisfaction est moins importante et je la valorise à 8 (entre V1 et V2 il y a -2 points) Ainsi de suite pour les autres verres. Arrivé à mon dernier verre V6 je n’ai plus soif et constate que mon utilité marginale est arrivée à 0, j’ai pris moins de plaisir, de satisfaction à boire le sixième verre que le premier. A ce stade avec une utilité marginale égale à 0 (zéro) je constate que mon utilité totale est égale à 10. Ceci s’explique par le fait que chaque verre bu $V1+V2+V3+V4+V5+V6$ (la somme de tous ces verres) m’apporte une satisfaction totale (ainsi à chaque verre bu, mon utilité totale, ma satisfaction globale augmente).

VERRES BUS (consommé)	Utilité marginale	Utilité totale
V1 (verre 1)	10	0
V2 (verre 2)	8	2
V3 (verre 3)	6	4
V4 (verre 4)	4	6
V5 (verre 5)	2	8
V6 (verre 6)	0	10

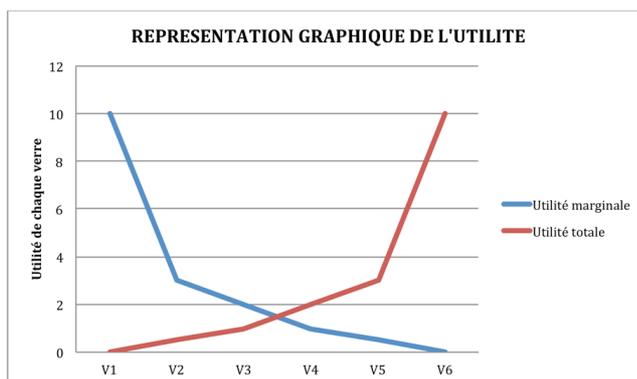


Deuxième version : situation avec utilité linéaire avec des points aléatoires entre chaque verre consommé

La situation reste la même mais ici nous supposons que le premier verre V1 apporte une satisfaction de 10 V2 de 3 ainsi de suite.

Remarque quoiqu’il advienne l’utilité marginale est décroissante et reste positive (ne descend pas en dessous de 0 pas d’utilité marginale à -1)

VERRES BUS (consommé)	Utilité marginale	Utilité totale
V1 (verre 1)	10	0
V2 (verre 2)	3	0,5
V3 (verre 3)	2	1
V4 (verre 4)	1	2
V5 (verre 5)	0,5	3
V6 (verre 6)	0	10

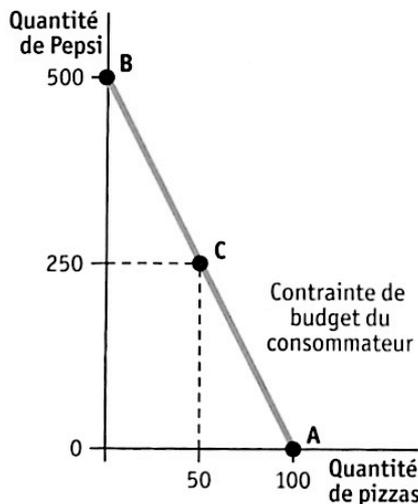


Document 2 : la contrainte budgétaire

La contrainte budgétaire du consommateur

La contrainte budgétaire montre les différents paniers de biens et services que le consommateur peut se permettre d'acheter pour un revenu donné. Ici, le consommateur achète des paniers de Pepsi et de pizzas. Le tableau et le graphique montrent ce que le consommateur peut se permettre si son revenu est égal à 1 000 euros, si le prix du Pepsi est égal à 2 euros et si le prix de la pizza est égal à 10 euros.

Litres de Pepsi	Nombre de pizzas	Dépense en Pepsi	Dépense en pizzas	Dépense totale
0	100	0 €	1 000 €	1 000 €
50	90	100	900	1 000
100	80	200	800	1 000
150	70	300	700	1 000
200	60	400	600	1 000
250	50	500	500	1 000
300	40	600	400	1 000
350	30	700	300	1 000
400	20	800	200	1 000
450	10	900	100	1 000
500	0	1 000	0	1 000



Gregory N. MANKIW et Mark P. TAYLOR, *Principes de l'économie*, De Boeck Supérieur, 3^e édition, 2013.

1) A quelles situations correspondent les points A ? b et C ?

Point A : l'individu consacre tout son revenu (1 000 €) à consommer des pizzas, soit 100 pizzas à 10 € pièce.

Point B : l'individu consacre tout son revenu à consommer du Pepsi, soit 500 verres à 2 € pièce.

Point C : l'individu décide de dépenser ses 1 000 € de revenu en consommant 250 verres de Pepsi (soit $2 \times 250 = 500$ €) et 50 pizzas (soit $10 \times 50 = 500$ €).

2) Dans cet exemple, quel est le montant de la contrainte budgétaire, c'est-à-dire la somme maximale qu'il est possible de dépasser ?

La contrainte budgétaire est de 1 000 €, c'est le montant maximum que l'individu peut consommer (mais il n'est pas obligé de tout consommer, il peut aussi épargner).

3) Que représente le triangle AOB ?

Le triangle AOB représente tous les choix possibles de consommation pour l'individu : s'il se situe sur la droite AB, il consomme tout, s'il se situe dans le triangle, il ne consomme pas tout.

Document 3 : coût d'opportunité



- 1) Quel est le coût d'opportunité d'une bonne note ?
- 2) A quel choix douloureux ce collégien est-il confronté ?
- 3) Qu'est ce qu'un coût d'opportunité ? Donnez un exemple personnel.

- 1) Coût d'opportunité d'une bonne note : les loisirs auxquels on a dû renoncer pour réviser.
- 2) Choix : étudier ses cours pour avoir une bonne note ou s'amuser (jeux vidéo).
- 3) Le coût d'opportunité est le coût de renoncement, ce à quoi il faut renoncer pour obtenir le bien désiré ou exercer l'activité souhaitée. Exemple : s'inscrire à un cours de dessin et renoncer à un cours de musique

Synthèse / Conclusion

Les individus la subissent au quotidien. Chacun dispose d'un revenu limité et se trouve donc dans l'incapacité d'acquiescer tout ce qu'il désire. Mais ce n'est pas seulement une question d'argent. Même le plus riche des riches fait face à une contrainte de temps. Une journée ne comporte que vingt-quatre heures, et personne n'est immortel. Même s'il en avait les moyens, aucun homme sur terre ne serait ainsi en mesure de jouir de tous les biens qu'il pourrait posséder, ni d'accomplir toutes les activités possible.

Il en va de même pour les Etats (nations), dont les ressources sont limitées l'empêchant de produire tout ce que les gens désirent. La planète est aussi victime de la rareté c'est ainsi que les ressources offertes rencontre leur limites, hélas les aptitudes humaines et les technologies nous permettant d'exploiter ces ressources sont également limitées.

Il faut donc faire des choix. Pour chaque chose ou presque, il apparaît inévitable de devoir sélectionner une option au détriment des autres. Ce à quoi on renonce afin de réaliser telle ou telle chose correspond au coût d'opportunité de cette activité.

L'Homme est-il réellement un être rationnel, calculateur et égoïste ? En se posant cette question on met en doute le modèle de l'*Homo oeconomicus*. Et pourtant vers 350 av. J.C. Aristote prétend que l'égoïsme est le moteur principal de l'économie. A son tour, dans les années 1750 l'économiste François Quesnay affirme que l'intérêt particulier motive toute activité économique. Et pourtant la plupart des doctrine économiques sont fondées sur le concept de l'*Homo oeconomicus* notamment avec Adam Smith dans *La Richesse des nations*, en 1776 confirme la rationalité et l'égoïsme de l'Homme qui choisit l'option qui lui procure la plus grande satisfaction, au prix du moindre effort. Au XIX^{ème} siècle c'est le philosophe britannique John Stuart Mill qui va poursuivre cette réflexion. Ainsi selon lui (JS Mill) l'homme est avide de richesse et de confort, toujours en quête d'un plus grand bien-être, acquis avec le moindre effort possible.

Mais pour certains penseurs le concept de l'*Homo oeconomicus* n'est pas recevable, car l'homme n'est pas toujours en mesure d'évaluer l'ensemble des paramètres lié à une décision. Le monde est complexe l'Homme ne peut prévoir avec exactitude les coûts et bénéfice de toutes les actions qu'il envisage.

Depuis quelques années les experts en économie comportementale étudient des décisions prises par l'Homme et ne répondant pas à la logique de l'*Homo oeconomicus*.

En somme, si ce concept ne permet pas toujours de justifier le comportement d'un individu, il permet néanmoins d'expliquer celui des entreprises qui cherchent à maximiser leur profits.