

La théorie économique du consommateur

Autor(en): **Mattei, Aurelio**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **37 (1979)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-138325>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

La théorie économique du consommateur*

Aurelio Mattei,
professeur à l'Université de Lausanne

1. INTRODUCTION

La théorie économique est divisée en deux branches principales: la microéconomie et la macroéconomie. La microéconomie est l'héritière de la théorie des prix et des marchés. Elle étudie le comportement des différents agents économiques (consommateurs, producteurs, échangistes). Il s'agit essentiellement d'une théorie de l'équilibre partiel de chaque agent ou marché et d'une théorie de l'équilibre général qui permet d'expliquer la détermination simultanée des prix et des quantités achetées, vendues et consommées. Les théories du consommateur, du producteur et des marchés forment les principales parties de la microéconomie.

La théorie du consommateur constitue le fondement de la microéconomie. En effet, tout le monde admet qu'on produit afin de pouvoir consommer et non pas vice versa. Ce lien est direct et évident dans les sociétés primitives. Avec la division du travail et le passage à une économie marchande, les deux opérations de production et de consommation sont devenues totalement distinctes. Il arrive souvent que l'on produise quelque chose qu'on ne désire même pas consommer, comme par exemple dans le cas d'un ouvrier non fumeur travaillant dans une fabrique de cigarettes.

Le lien entre consommation et production est devenu indirect et plus difficile à déceler. Etant donné que, premièrement, c'est la consommation qui commande la production et, deuxièmement, que l'on produit rarement sur commande, il devient très important de connaître le comportement des consommateurs. Les dépenses de consommation représentent environ les deux tiers du produit national brut. Une modification de la structure de la consommation a, par conséquent, des effets considérables sur toute la vie économique d'une nation.

La théorie économique du consommateur a pour but d'expliquer les phénomènes liés à l'achat et à la consommation de biens économiques.

2. LES FONDEMENTS THÉORIQUES

L'étude systématique du comportement du consommateur commence avec les travaux de l'école marginaliste. Les classiques, en effet, s'intéressaient principalement à la production, car c'était le phénomène qui les avait le plus frappés. Leurs difficultés avec la théorie de la valeur s'expliquent par une connaissance très approximative du comportement du consommateur. La distinction entre valeur d'échange et valeur d'usage est une illustration significative de ce fait. Ne faisant pas la différence entre utilité totale et utilité marginale, ils rencontrent beaucoup de paradoxes, comme par exemple celui très fameux de l'eau et du

* Leçon inaugurale présentée lors de la séance d'ouverture des cours à l'Ecole des HEC de l'Université de Lausanne.

diamant. L'eau, disaient-ils, a une grande valeur d'usage mais aucune valeur d'échange, tandis que le diamant n'a presque pas de valeur d'usage mais une grande valeur d'échange. Ce paradoxe, signalé par Adam Smith (35)**, montre que les classiques n'accordaient pas au consommateur l'importance qu'il a effectivement dans la vie économique. Comment expliquer autrement l'affirmation selon laquelle le diamant n'a presque pas de valeur d'usage? Ce mélange entre un concept économique et un concept éthique conduisit plus tard Pareto à proposer le mot «ophélimité», afin d'éliminer cette confusion. La suggestion de Pareto n'a pas été retenue. Les économistes préfèrent simplement préciser le sens technique du concept d'utilité. Ils ne s'intéressent pas aux mobiles qui sont à la base des préférences du consommateur.

Les marginalistes comblèrent cette lacune laissée par les classiques. Le consommateur devient leur principal sujet d'intérêt.

L'économiste allemand Heinrich Gossen (19) est considéré comme le fondateur de la théorie du consommateur. Le comportement de ce dernier est expliqué en partant de la notion d'utilité. Gossen suppose que l'utilité est une fonction quadratique des quantités consommées. Il énonce ses fameuses lois. La première loi indique que l'utilité marginale est décroissante. Il s'agit d'une hypothèse très plausible mais on s'est ensuite rendu compte qu'elle n'était pas nécessaire pour expliquer le comportement du consommateur. Sa deuxième loi, beaucoup plus importante, donne la condition nécessaire pour la maximisation de l'utilité. Le consommateur doit distribuer l'argent dont il dispose de manière à obtenir la même satisfaction avec la dernière unité de monnaie dépensée pour chaque bien.

Comme il arrive souvent pour les découvertes scientifiques, d'autres personnes sont parvenues presque simultanément au même résultat. En Angleterre, Jevons (22) exprime les conditions d'équilibre du consommateur en partant d'une fonction d'utilité qui est une somme de fonctions arbitraires mais ayant une dérivée première décroissante. En Autriche, Menger (27) arrive quelques années plus tard et d'une manière indépendante à la même conclusion que Gossen.

A Lausanne, Walras (38) montre en plus le lien entre l'utilité et la demande d'un bien. Il indique aussi clairement la voie que l'économie politique doit suivre si elle veut devenir une science. L'économie politique, dit-il, ne sera une science que le jour où elle s'astreindra à démontrer ce qu'elle s'est à peu près bornée jusqu'ici à affirmer gratuitement. Si tous les économistes suivaient ce conseil, on aurait peut-être moins de théories mais beaucoup plus de résultats concrets.

Après les travaux des fondateurs qui ont défriché le terrain, les économistes se sont attachés à améliorer et généraliser la théorie du consommateur. Edgeworth (10) considère une fonction d'utilité très générale et propose l'utilisation des courbes d'indifférence. L'exposition de la théorie du consommateur en partant des courbes d'indifférence montre qu'il n'est pas nécessaire de supposer l'existence d'une fonction d'utilité cardinale car toute transformation monotone croissante d'une fonction d'utilité donne les mêmes courbes d'indifférence et par conséquent le même équilibre du consommateur. Cette propriété fut reconnue par Irving Fisher (13) et Pareto (31). La théorie devient ainsi tout à fait générale et il

** Les chiffres entre parenthèses renvoient aux références bibliographiques.

ne reste qu'à étudier les restrictions, pour la fonction de demande, qui résultent du modèle du consommateur.

Cette étude sera faite par Slutsky (34). Il montre qu'une augmentation du prix, compensée par une augmentation du revenu de manière à garder le revenu réel constant, conduit nécessairement à une diminution de la demande. S'il n'y a pas de compensation, à côté de cet effet de substitution il y a un effet de revenu car une augmentation du prix réduit le revenu réel du consommateur. Lors d'une augmentation du prix sans modification du revenu on aura aussi une diminution de la demande, sauf dans le cas plus théorique que réel des biens Giffen (18), du nom de l'économiste anglais qui semble avoir constaté un cas d'effet positif pendant la grande famine en Irlande. Slutsky obtient aussi une équation qui porte aujourd'hui son nom et qui a une propriété de symétrie très intéressante.

Ces résultats furent redécouverts vingt années plus tard par Hicks. D'autre part, on s'aperçut que la fonction de demande, obtenue en partant de la fonction d'utilité, impliquait l'absence d'illusion monétaire. Si, par exemple, le revenu et tous les prix doublent, le consommateur ne modifie pas ses achats.

Comme la fonction d'utilité n'est qu'un indicateur numérique des préférences du consommateur, on se demanda alors s'il n'était pas possible de partir directement des préférences que l'on pouvait observer. Prenons deux ensembles de biens différents et dont l'un coûte plus cher que l'autre. Si le consommateur achète l'ensemble de biens qui coûte plus cher alors, dit Samuelson (32), il révèle qu'il préfère celui-ci.

En utilisant uniquement ces préférences révélées on arrive aux conclusions suivantes. Si le comportement du consommateur n'est pas contradictoire, on peut démontrer que l'effet de substitution (c'est-à-dire l'effet d'une variation du prix compensée par une modification du revenu) est négatif. Pour montrer la propriété de symétrie découverte par Slutsky, il faut par contre prendre plusieurs complexes de biens et admettre une sorte de transitivité de la relation de préférence révélée. Ces suppositions et quelques conditions de continuité impliquent toutefois le même système de préférence donné par la fonction d'utilité. La théorie de la préférence révélée ne représente donc pas un nouveau modèle du consommateur. Elle montre néanmoins le lien très étroit existant entre préférences et fonctions de demande.

Le comportement du consommateur se réduit essentiellement à un problème de choix parmi tous les complexes de biens qu'il peut acheter. On a alors proposé une théorie logique des choix. Le consommateur a des préférences par rapport aux différents complexes de biens. Si ces préférences satisfont certaines propriétés logiques, on peut obtenir un modèle du consommateur en supposant qu'il choisit le complexe de biens qu'il préfère le plus, parmi tous les complexes qu'il peut acheter. Sous cette forme, la théorie du consommateur ne fait plus aucune référence à l'utilité et ainsi toute association, attribuée par les critiques de cette théorie, avec la philosophie utilitarienne ou hédoniste est automatiquement exclue.

Ce nouveau modèle arrive aux mêmes conclusions que la théorie basée sur l'utilité. En effet, lorsqu'on ajoute une hypothèse de continuité des préférences on peut représenter ces dernières par une fonction d'utilité qui devient ainsi uniquement un indicateur numérique. Bien sûr, on peut imaginer des situations où les préférences ne satisfont pas cette hypothèse mais il s'agit de cas spéciaux.

Le lien exact entre la fonction d'utilité et la fonction de demande est aujourd'hui connu. Sous certaines conditions de régularité, si la fonction de demande a une matrice de l'effet de substitution qui est symétrique et semi-définie négative, alors elle est engendrée par la maximisation d'une fonction d'utilité.

Il convient de préciser ici que lorsqu'on parle de la maximisation de l'utilité du consommateur il ne faut pas penser qu'on suppose un individu se promenant dans les rayons d'un magasin avec une calculatrice de poche afin de chercher le complexe de biens qui maximise sa fonction d'utilité. On suppose uniquement que le comportement du consommateur revient à maximiser un indicateur d'utilité, c'est-à-dire qu'il agit comme s'il voulait maximiser une fonction d'utilité.

3. LES ÉTUDES EMPIRIQUES

La théorie du consommateur peut être testée empiriquement en estimant des fonctions de demande ayant les propriétés indiquées par le modèle. Les premières études empiriques n'ont considéré que quelques aspects du comportement du consommateur, en particulier la relation entre le prix et la quantité demandée.

Le fondateur des analyses empiriques de la consommation est le statisticien allemand Ernst Engel (11). En étudiant les budgets familiaux d'environ 200 ménages, il constate que la proportion des dépenses consacrées aux biens alimentaires diminue lorsque le revenu augmente. Cette propriété est connue aujourd'hui sous le nom de loi d'Engel. Il s'agit d'une des lois les plus générales qu'on trouve en économie politique. Les analyses des budgets familiaux des consommateurs des pays industrialisés comme des pays sous-développés confirment cette particularité des dépenses alimentaires.

Les dépenses pour le loyer ont souvent la même tendance que les dépenses alimentaires. Ce phénomène, découvert par Schwabe, est toutefois moins général.

Les premières estimations systématiques des fonctions de demande, en utilisant la méthode statistique de la régression, ont été effectuées par Henry Schultz (33). Il estima les fonctions de demande pour les produits agricoles. La demande de ces produits est assez stable tandis que l'offre fluctue souvent. Les données des transactions commerciales (prix et quantités d'équilibre) donnent par conséquent les valeurs de la fonction de demande. Ce problème d'identification, comme on l'appelle en économétrie, explique certains résultats aberrants que l'on obtient parfois. Il se peut en effet que la fonction qu'on estime ne soit pas une fonction de demande mais une fonction d'offre ou, plus souvent, un mélange des deux.

Si l'on veut tenir compte de toutes les restrictions imposées par la théorie il faut estimer un système complet de fonctions de demande. Par système complet on entend un système donnant les fonctions de demande pour tous les groupes de biens achetés par le consommateur.

Les premières estimations sont dues à l'économiste anglais Richard Stone (37). Il utilise un système linéaire par rapport aux dépenses et qui est par conséquent nommé le système linéaire de dépenses. Ce modèle peut être interprété de la manière suivante. Le consommateur pense tout d'abord acheter des quantités minimales de tous les biens. Le revenu restant est ensuite réparti aux différents biens en fonction de certains paramètres. Solari (36)

estima ce système pour la Suisse et étudia le cas où les quantités minimales étaient négatives.

Toutes ces estimations utilisent des données provenant de la comptabilité nationale. On divise ces chiffres par le nombre d'habitants afin d'obtenir des valeurs par tête. Ces données devraient correspondre aux quantités achetées par le consommateur représentatif.

Il faut en effet préciser que la théorie du consommateur n'a pas la prétention d'expliquer le comportement de toute personne qu'on peut rencontrer dans un magasin. Elle prend en considération uniquement les aspects généraux que l'on peut trouver dans des groupes de consommateurs. Lorsqu'on utilise les données de la comptabilité nationale on calcule une moyenne des quantités achetées et l'on suppose qu'il s'agit de la quantité achetée par le consommateur représentatif. Théoriquement il faudrait agréger les demandes des différents groupes de consommateurs mais on ne possède pas de données concernant ces groupes. Les conditions théoriques nécessaires afin d'obtenir une agrégation parfaite sont assez restrictives. Les résultats empiriques représentent par conséquent une approximation des estimations provenant d'une expérience idéale.

On dispose aujourd'hui de beaucoup de résultats empiriques concernant les systèmes complets de fonctions de demande. Afin d'obtenir un système de demande qui soit conforme au modèle théorique on peut procéder de deux manières différentes. La première méthode consiste à partir d'une fonction d'utilité directe ou indirecte et ensuite déduire la fonction de demande. La deuxième méthode prend un système donné et impose ensuite les restrictions théoriques.

Le système est estimé en utilisant des données agrégées. On applique souvent des tests statistiques pour voir si les restrictions théoriques peuvent être acceptées. Comme les modèles ne peuvent pas tenir compte de tous les aspects considérés par la théorie, on ne sait pas encore si un résultat négatif est dû aux données trop agrégées, au modèle trop restrictif (modèle statique par exemple) ou à une contradiction entre théorie et réalité.

Le système linéaire de dépenses permet de calculer un vrai indice du coût de la vie. Les indices utilisés couramment, comme par exemple l'indice suisse des prix à la consommation, sont de simples indices statistiques de type Laspeyres. Ces indices surestiment le coût de la vie car ils ne tiennent pas compte des effets de substitution. Lorsque par exemple le café renchérit on substituera une partie du café par du thé et l'augmentation du coût de la vie sera par conséquent inférieure à celle indiquée par l'indice des prix à la consommation. La différence n'est toutefois pas très importante si l'on révisé régulièrement la base des indices.

4. MODIFICATIONS DES PRÉFÉRENCES ET MODÈLES DYNAMIQUES

Nous avons examiné les relations entre les préférences et la fonction de demande. Il convient maintenant de s'arrêter sur le problème de la stabilité des préférences. Une modification de ces dernières a des effets sur la demande des biens de consommation et par conséquent sur la production et la structure économique d'un pays.

L'étude de la formation et de la modification des préférences et des goûts du consommateur est souvent considérée comme n'étant pas du domaine de l'économie mais

plutôt de celui de la psychologie. Certains économistes adoptent par contre une attitude entièrement opposée et ils prétendent que les préférences dépendent essentiellement de phénomènes économiques. Galbraith, par exemple, considère que les consommateurs sont manipulés par les grandes entreprises à l'aide de la publicité. Plus l'homme, dit-il, «s'écarte du besoin physique, plus il est facile de le persuader (17, p. 209)». «Les gens ne sont même plus conscients de tous leurs désirs. Ces désirs ne leur deviennent évidents que lorsqu'ils sont suscités artificiellement, précisés et entretenus par la publicité et les campagnes de vente» (16, p. 10). «L'effet général de l'effort de vente est d'enlever à l'acheteur le pouvoir de décision pour le transférer à l'entreprise où il peut être manipulé» (17, p. 212). «Les besoins sont en réalité le fruit de la production» (16, p. 148). «De nouveaux besoins sont sans cesse créés par le processus même qui les satisfait» (16, p. 152). Selon Galbraith la souveraineté du consommateur n'existe donc plus. Il suppose un genre de loi de Say au niveau microéconomique. L'entreprise fabrique un certain bien et, en utilisant la publicité, crée la demande pour ce bien. Si cette théorie était vérifiée, elle impliquerait que c'est la production qui commande la consommation et non vice versa. Toute la théorie de l'équilibre et de l'optimum économiques devrait être modifiée.

Galbraith ne se préoccupe pas de la vérification empirique de sa théorie qui reste par conséquent une simple hypothèse de travail. Si les consommateurs achètent un certain produit à la suite d'une campagne publicitaire, ceci ne veut pas dire qu'ils soient manipulés par les fabricants. On ne peut pas acheter un produit qu'on ne connaît pas et le but de la publicité est principalement celui d'informer le consommateur qui reste l'arbitre du succès d'un produit. La publicité sert aussi à faire acheter le produit de la marque A plutôt que celui de la marque B mais elle ne pourra jamais faire acheter un produit que le consommateur ne désire pas.

Si nous rejetons l'hypothèse de Galbraith, ceci ne veut pas dire que nous supposons un système de préférences donné et immuable. La consommation ou l'utilisation d'un bien a souvent pour effet de modifier les préférences. Il y a des habitudes qui se forment, comme par exemple lorsqu'on commence à fumer un certain type de cigarettes. On peut imaginer qu'il y a un «stock psychologique» (21) qui se développe lorsqu'on consomme un certain bien. Ce stock est similaire à celui des biens durables en ce sens qu'il se déprécie lui aussi s'il n'y a pas renouvellement car le consommateur perd ses habitudes. Toutefois, un stock de biens durables aura pour conséquence de diminuer la quantité demandée tandis qu'un «stock psychologique» aura un effet positif. Si l'on tient compte de ce phénomène on obtient des fonctions de demande dynamiques qui donnent de meilleurs résultats empiriques que les fonctions statiques.

Nous avons analysé le lien entre ces fonctions dynamiques et les préférences en introduisant le stock de la période précédente dans la fonction d'utilité (25). Cette étude montre que l'effet des stocks sur la demande correspond normalement aux hypothèses adoptées lorsqu'on utilise une fonction de demande dynamique. Un effet contraire n'est toutefois pas à exclure, comme dans le cas d'une variation du prix. L'estimation empirique sur des données suisses confirme l'avantage des systèmes dynamiques pour l'explication des différentes dépenses de consommation.

Les préférences du consommateur peuvent aussi se modifier à cause de l'effet d'imitation. Chaque individu, dit Duesenberry (8), compare son régime de vie avec celui des gens qui l'entourent. S'il constate une différence entre ses habitudes de consommation et

celles des autres il aura tendance à augmenter ses dépenses afin de combler ces lacunes. Cette influence dépendra de la fréquence avec laquelle il entrera en contact avec des biens supérieurs à ceux qu'il consomme. Les études empiriques concernant ce phénomène sont très rares et il est par conséquent impossible de connaître son importance. L'interdépendance des préférences a des conséquences importantes pour la théorie de l'optimum économique, en particulier en ce qui concerne les propriétés de l'équilibre de marché. Nous avons un cas d'effet externe de consommation.

Il se peut enfin que certaines préférences dépendent des prix des biens car les consommateurs jugent la qualité sur la base du prix. Les conséquences de ce phénomène ont été récemment étudiées mais on ne possède pas encore de résultats empiriques qui puissent indiquer sa portée pratique.

5. LES MODÈLES INTERTEMPORELS

Le consommateur n'est naturellement pas obligé de dépenser tout son revenu. Il peut en épargner une partie afin de l'utiliser dans le futur pour toutes sortes de raisons. En Suisse l'épargne varie entre 5 et 10 % du revenu disponible figurant dans la comptabilité nationale. Il s'agit d'un phénomène qu'un modèle général du consommateur doit pouvoir expliquer. Supposer que l'épargne représente un bien supplémentaire, pouvant être traité comme tous les autres biens, n'est pas logique. Il faut considérer explicitement plusieurs périodes en utilisant un modèle intertemporel.

Le premier modèle analysant le choix entre consommation et épargne est l'œuvre de Irving Fisher (14). Il montre que l'épargne dépend des revenus anticipés, du taux d'intérêt et des préférences entre biens présents et biens futurs. Le consommateur choisira ses dépenses de manière à égaliser le taux de préférence pour le temps, qui exprime l'escompte subjectif de la consommation future, et le taux d'intérêt. Ce modèle permet d'étudier l'effet d'une variation du taux d'intérêt sur les dépenses de consommation. On peut montrer qu'une augmentation du taux d'intérêt a un effet de substitution qui conduit à un accroissement de l'épargne car on substitue la consommation future à la consommation présente, et un effet de revenu dont le signe est indéterminé. Si le consommateur possède une dette, ce dernier effet sera négatif car il devra payer un intérêt plus élevé. Dans ce cas une augmentation du taux d'intérêt aura un effet négatif sur la consommation. Par contre, si le consommateur possède des actifs financiers, le revenu de ceux-ci va augmenter et l'effet total dépendra de la force respective de l'effet de substitution négatif et de l'effet de revenu positif.

La théorie de Fisher représente le point de départ des fonctions de consommation macroéconomiques proposées par Friedman (15) et Modigliani-Brumberg (28).

On pourrait relier le modèle de Fisher à la théorie statique en supposant que le consommateur prend les décisions concernant les dépenses de consommation en deux phases. Dans un premier moment il détermine la partie du revenu qu'il désire consacrer à la consommation conformément au modèle de Fisher. Ensuite il répartit cette somme entre les différentes dépenses de consommation comme l'explique la théorie statique. Ce comportement implique toutefois une fonction d'utilité ayant une forme spéciale.

Si l'on ne veut pas prendre cette hypothèse de décision en deux phases, il faut utiliser un autre modèle. Nous avons développé un modèle qui considère l'achat de biens et l'épargne (26). On obtient ainsi une fonction de demande où les actifs financiers et le taux d'intérêt

figurent parmi les variables explicatives. Les résultats empiriques indiquent que le revenu reste la variable principale mais les actifs financiers ont aussi un effet positif sur la consommation. L'influence du taux d'intérêt est très faible et plus importante pour les biens durables.

Avec ce modèle on peut aussi expliquer l'évolution conjoncturelle des dépenses de consommation. Lorsque la situation économique se détériore, on constate souvent une diminution de l'achat de biens durables et une augmentation de l'épargne. Si l'on suppose que l'insécurité due à la mauvaise conjoncture conduit à une augmentation de l'utilité des actifs financiers, alors on peut montrer que ceci a un effet négatif sur les dépenses de consommation. Les résultats empiriques, obtenus en utilisant le taux de chômage comme indice de la situation conjoncturelle, confirment cet effet. Les élasticités sont toutefois très faibles, les plus fortes étant celles pour les biens durables.

6. AUTRES MODÈLES RÉCENTS

Une tentative d'étudier le comportement du consommateur en utilisant un modèle entièrement nouveau a été récemment entreprise par Lancaster (23). Tout bien, dit-il, possède des caractéristiques telles que grandeur, forme, couleur, composition chimique, etc. Le consommateur a des préférences concernant ces caractéristiques. Les préférences pour les biens ne sont qu'indirectes, en ce sens que les biens sont considérés uniquement en fonction des caractéristiques qu'ils possèdent. Le consommateur achète des biens dans le but de bénéficier de certaines caractéristiques. La relation entre bien et caractéristique est objective et lorsque chaque bien possède une seule caractéristique on retrouve la théorie traditionnelle. Le lien entre caractéristique et consommateur est par contre subjectif et il est exprimé à l'aide d'une fonction d'utilité.

Cette nouvelle théorie permet d'étudier le changement de qualité d'un bien en supposant qu'il s'agit d'une combinaison différente de caractéristiques. Toutefois, la théorie de Lancaster n'a pas encore permis d'obtenir de nouvelles restrictions en ce qui concerne la fonction de demande. D'autre part, il s'agit d'un modèle difficile à utiliser et à estimer. Nous pensons que l'intérêt pratique de ce modèle reste encore à démontrer.

L'idée que les préférences pour les biens sont seulement indirectes est utilisée aussi par Becker (3) dans sa théorie de la distribution du temps. Le revenu du consommateur dépend des heures de travail. Toutefois, plus il travaille, moins il aura de temps pour les autres activités. Le modèle de Becker représente une généralisation des théories utilisées pour expliquer l'offre de travail. Dans ces théories on étudie le consommateur en sa qualité de fournisseur de services productifs. S'il peut choisir les heures de travail, une augmentation du taux de salaire aura un effet de substitution positif et un effet de revenu négatif (en supposant que le loisir n'est pas un bien inférieur). L'effet total dépendra de la force respective de ces réactions opposées et il est probable qu'à partir d'un certain taux de salaire il sera négatif. Ce modèle est aussi utilisé afin d'étudier les effets d'un impôt sur le revenu.

Becker considère la consommation comme un processus où les biens sont combinés avec d'autres inputs tels que le temps afin de produire les activités que le consommateur préfère. Son modèle prend explicitement en considération le temps nécessaire à la consommation et la contrainte supplémentaire représentée par le temps total disponible. On peut ainsi expliquer l'achat de biens qui permettent de gagner du temps. Cette théorie est très suggestive mais elle possède les mêmes faiblesses que celle de Lancaster.

Il arrive parfois que le consommateur doit faire un choix entre perspectives aléatoires comme par exemple lorsqu'il décide de conclure une assurance ménage ou au contraire de supporter la perte éventuelle due aux dégâts.

L'étude du comportement des individus vis-à-vis du risque remonte au fameux paradoxe de Saint Petersburg. Afin d'expliquer le comportement des individus dans ce cas, Bernoulli (4) introduit le concept d'utilité espérée et il précise même la forme de la fonction d'utilité. Son analyse restera une curiosité mathématique jusqu'au moment où von Neumann et Morgenstern (29) font du principe de l'utilité espérée un des fondements de leur théorie des jeux. En prenant quelques hypothèses très plausibles de comportement du consommateur en face du risque, von Neumann et Morgenstern ont montré qu'il existe une fonction d'utilité linéaire par rapport aux probabilités. Choisir la perspective préférée revient alors à maximiser l'utilité espérée. La théorie du consommateur est ainsi complétée par un modèle qui explique le comportement des individus lorsqu'ils doivent choisir entre des perspectives aléatoires.

Les tentatives visant à trouver un fondement microéconomique de la macroéconomie ont récemment conduit à des modèles du consommateur utilisant de nouvelles variables explicatives. On introduit souvent dans la fonction d'utilité les encaisses réelles afin d'éliminer la dichotomie existant entre le secteur réel et le secteur monétaire dans les modèles classiques et néo-classiques. Cette procédure est contestable du point de vue microéconomique et, bien que donnant des résultats intéressants sur le plan macroéconomique, elle ne conduit pas à une meilleure connaissance du comportement du consommateur.

La même remarque est valable pour le modèle de la décision duale de Clower (6). En prenant le cas d'un consommateur type mais certainement pas représentatif, Clower fait une distinction entre revenu planifié et revenu réalisé. Le consommateur prend une première décision sur la base du revenu prévu. Toutefois, si l'offre excède la demande sur un marché quelconque, le revenu planifié sera supérieur au revenu réalisé et il faudra procéder à une deuxième série de décisions sur la base de ce dernier revenu. On pourrait ainsi donner une explication microéconomique à la théorie keynésienne de la demande effective.

Le consommateur du modèle de Clower représente en réalité toute une nation. Le lien avec la théorie microéconomique du consommateur est alors purement formel. La synthèse entre la microéconomie et la macroéconomie reste encore à faire.

7. LES APPLICATIONS

La première application de la théorie du consommateur coïncide avec l'introduction du concept d'utilité marginale en économie politique. L'ingénieur français Jules Dupuit (9) voulait déterminer l'utilité des travaux publics. En prenant l'exemple d'un pont avec péage, il montre clairement la différence entre la recette due au péage et l'utilité du pont pour la société. Comme mesure de l'utilité d'un objet il propose le sacrifice maximum que chaque consommateur serait disposé à faire, c'est-à-dire le montant maximum qu'il serait disposé à payer pour se le procurer. Dupuit montre aussi que ce sacrifice maximum est représenté par l'aire sous la courbe de demande. Si l'on soustrait de cette valeur le montant payé sous forme de péage, on obtient une différence qui sera ensuite appelée le surplus ou la rente du consommateur. Les bases de l'analyse coût-avantage sont ainsi posées. Marshall (24) précisera ensuite le concept du surplus du consommateur en indiquant aussi une restriction

importante pour son utilisation. Si l'on veut employer cette mesure il faut supposer que l'utilité marginale du revenu soit constante. On s'est rendu compte plus tard qu'il y avait d'autres problèmes avec ce concept. Il ne tient pas compte des changements des prix et de la distribution du revenu. Tous ces effets peuvent être considérés si l'on prend une fonction d'utilité sociale. Les théoriciens abandonnèrent alors le concept du surplus du consommateur au profit d'autres mesures plus élaborées. Toutefois, les praticiens de l'analyse coût-avantage, bien que reconnaissant les faiblesses de ce concept, considèrent néanmoins qu'il s'agit d'un outil très puissant et pouvant être largement utilisé. De plus, le concept du surplus du consommateur est bien meilleur que celui du revenu national qui est pourtant couramment utilisé, malgré toutes ses faiblesses.

Afin de déterminer l'utilité du pont pour la société, Dupuit propose d'additionner les utilités de tous les bénéficiaires. Ce procédé n'est pas admissible dès lors que les utilités n'ont qu'un caractère ordinal, comme les économistes l'ont ensuite supposé. Il faudrait par conséquent trouver une procédure quelconque qui permette d'obtenir les préférences de la société en partant des préférences individuelles. Ce problème a été étudié d'une manière approfondie par Arrow (1). Il considère que la procédure en question doit satisfaire certaines conditions assez raisonnables. Il démontre ensuite qu'il n'existe aucune procédure pouvant satisfaire ces conditions.

On savait depuis longtemps que certaines procédures donnaient des résultats inconsistants. Le paradoxe du vote du marquis de Condorcet (7) est sans doute l'exemple le plus fameux d'une procédure qui ne satisfait pas la condition de transitivité des préférences collectives. Si dans une votation le projet A est préféré au projet B et le projet B est préféré au projet C, ceci ne veut pas nécessairement dire que le projet A sera préféré au projet C lorsqu'une votation oppose ces deux projets.

Le résultat remarquable obtenu par Arrow a été de montrer que toute procédure imaginable et possible viole l'une ou l'autre des conditions, pourtant peu restrictives, posées afin d'avoir des préférences de la société qui reflètent pleinement les préférences individuelles.

Certains auteurs ont modifié les conditions considérées par Arrow de manière à pouvoir arriver à un choix collectif rationnel. On peut par exemple supposer que les préférences individuelles ne sont pas trop dissemblables. A la limite, si tous les individus ont les mêmes préférences on peut facilement obtenir les préférences collectives. Ces études, bien que fort intéressantes, ont nécessairement une portée limitée à cause des restrictions qu'il faut imposer.

Les décisions collectives concernent souvent la quantité de biens publics qu'il faut produire. Par bien public on entend un bien qui peut être consommé par un individu sans diminuer les possibilités de consommation d'un autre individu car il n'y a pas d'appropriation individuelle. A côté d'une consommation privée, il existe une consommation collective que la théorie économique doit pouvoir expliquer. Comme il est souvent impossible d'empêcher un individu de consommer ces biens, on ne peut pas utiliser le système des prix qui règle la consommation des biens privés. Il faut alors déterminer spécialement les conditions d'optimalité pour les biens publics. Ces conditions ne sont pas satisfaites si le bien public est financé par une contribution volontaire des consommateurs. En effet, chaque individu tiendra compte uniquement de son intérêt pour le bien public et on aura alors une

production trop faible. Il faut par conséquent imaginer un système de taxes qui puisse satisfaire les conditions d'optimalité.

Il arrive parfois que l'Etat intervienne afin de limiter la consommation de certains biens. La théorie du consommateur permet aussi d'analyser les effets de ces interventions. Supposons que l'Etat décide de rationner la quantité consommée en utilisant des coupons qu'il distribue aux ménages. Il y a donc une double contrainte pour le consommateur : le prix à payer et les coupons exigés. On peut alors montrer que dans ces cas il convient d'autoriser l'achat et la vente de coupons. La quantité globale sera de toute manière rationnée mais ce système permet aux consommateurs de choisir la quantité à acheter comme pour les autres biens, seule la contrainte budgétaire et les prix seront différents. On diminue aussi le risque de formation d'un marché noir pour le bien rationné.

La notion d'élasticité est une autre application pratique liée à la théorie du consommateur. Afin d'avoir un concept qui soit indépendant des unités de mesure, on prend des pourcentages. Le rapport de la variation en pourcent de la quantité demandée d'un bien à la variation en pourcent de son prix est appelé l'élasticité-prix de la demande. Si on connaît l'élasticité-prix on peut savoir l'effet d'une modification du prix. Un accroissement du prix conduit à une augmentation de la recette totale uniquement dans le cas d'une élasticité-prix inférieure à l'unité (en valeur absolue). L'élasticité de la demande est très utilisée lors de la fixation d'un prix et on obtient cette valeur à l'aide de différentes méthodes.

Une autre mesure utilisée lors de la fixation d'un prix est celle de l'élasticité-prix croisée qui donne l'effet d'une variation du prix d'un autre bien. Lorsqu'on augmente le prix du beurre et en même temps les taxes de douane des huiles végétales utilisées dans la fabrication de la margarine on applique ce concept.

Comme le revenu des consommateurs se modifie, il est très important de connaître aussi l'effet d'une variation du revenu. L'élasticité-revenu mesure cet effet. Les biens qui ont une élasticité-revenu supérieure à l'unité sont appelés des biens supérieurs. La loi d'Engel implique alors que les biens alimentaires ne sont pas des biens supérieurs et ceci explique, en partie, les difficultés rencontrées dans la vente des produits agricoles.

Toutes ces élasticités peuvent être facilement calculées si on réussit à estimer une fonction de demande. Il existe actuellement toute une série d'études sur la demande des différents biens de consommation. Ces études prennent en considération les principales variables qui peuvent influencer la demande du bien en question. Si par exemple on estime la demande d'essence, on prendra, outre le prix et le revenu, le nombre de véhicules en circulation. Lorsqu'on estime ces fonctions, il ne faut pas oublier que les données concernant les prix et les quantités proviennent de la rencontre de l'offre et de la demande. Dans beaucoup de cas il faudra alors estimer simultanément ces deux fonctions. Les méthodes économétriques trouvent ici toutes leurs applications.

L'étude de la demande des biens vendus par une entreprise relève surtout du domaine du marketing. Cette discipline utilise généralement des méthodes socio-psychologiques (12) et elle analyse la formation des préférences. Elle est obligée de tenir compte de tous les facteurs spécifiques qui peuvent influencer la vente des produits de l'entreprise en question. Il est très difficile sinon impossible de faire des prévisions à ce niveau. Malgré toutes les analyses effectuées, 90% des nouveaux produits introduits chaque année sur le marché échouent totalement ou partiellement. Pour ces problèmes, l'intuition joue un rôle

important. L'économiste ne peut que donner des indications générales, valables pour toute une branche économique.

Les applications pratiques des systèmes complets de fonctions de demande concernent surtout la prévision dans le court et le long terme, le calcul des modifications de la structure de la consommation à la suite d'un changement exogène et l'étude des relations réciproques entre les différents biens.

8. CONCLUSION

J'espère que ce bref survol de la théorie du consommateur vous a donné une idée du genre de problèmes étudiés par la microéconomie et des progrès réalisés pendant ces 100 dernières années. Les autres parties de la microéconomie ont suivi une évolution semblable et permettent une explication des phénomènes liés à la production et à l'échange des biens.

Malgré le fait que «la liberté humaine ne se laisse pas mettre en équation», comme disaient les critiques de l'œuvre de Walras, le comportement des agents économiques présente suffisamment de régularité pour faire l'objet d'une étude scientifique. Si l'économie politique a cessé d'être un art pour devenir une science, elle le doit sans doute au progrès de la microéconomie et, en particulier, à la théorie du consommateur.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- (1) Arrow Kenneth J., *Social Choice and Individual Values*, Wiley, New York, 1951.
- (2) Barten Anton, «The Systems of Consumer Demand Functions Approach: A Review», *Econometrica*, vol. 45, 1977, p. 23–51.
- (3) Becker Gary S., «Theory of the Allocation of Time», *Economic Journal*, vol. 55, 1965, p. 493–517.
- (4) Bernoulli Daniel, «Specimen theoriae novae de mensura sortis», *Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae*, vol. 5, 1738, p. 175–192.
- (5) Brown Alan and Deaton A., «Models of Consumer Behaviour», dans *Surveys of Applied Economics*, Macmillan, London, 1973, p. 177–268.
- (6) Clower Robert W., «The Keynesian Counter-revolution», dans F. H. Hahn and Brechling F. (Eds.), *The Theory of Interest Rates*, Macmillan, New York, 1965, p. 103–125.
- (7) Condorcet Antoine, *Essai sur l'application de l'analyse à la probabilité des décisions rendues à la pluralité des voix*, Paris, 1785.
- (8) Duesenberry James, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Harvard University Press, Cambridge, 1949.
- (9) Dupuit Jules, «De la mesure de l'utilité des travaux publics», *Annales des Ponts et Chaussées*, vol. 8, 1844, p. 332–375.
- (10) Edgeworth Francis, *Mathematical Psychics*, Kegan, London, 1881.
- (11) Engel Ernst, «Die Productions- und Consumtionsverhältnisse des Königreichs Sachsen», *Zeitschrift des Statistischen Büreaus des Königlich Sächsischen Ministerium des Inneren*, N° 8 et 9, 1857.
- (12) Engel James, Blackwell R. D., Kollat D. T., *Consumer Behavior*, The Dryden Press, Hinsdale, 1978.
- (13) Fisher Irving, «Mathematical investigations in the theory of values and prices», *Transactions of Connecticut Academy of Arts and Sciences*, vol. 9, 1892.
- (14) Fisher Irving, *The Rate of Interest*, Macmillan, New York, 1907.
- (15) Friedman Milton, *A Theory of the Consumption Function*, Princeton University Press, Princeton, 1957.
- (16) Galbraith John K., *L'ère de l'opulence*, Calman-Lévy, Paris, 1961.

- (17) Galbraith John K., *Le Nouvel Etat industriel*, Gallimard, Paris, 1968.
- (18) Giffen Robert, *Economic Inquiries and Studies*, Bell, London, 1879.
- (19) Gossen Heinrich H., *Entwicklung der Gesetze des menschlichen Verkehrs und der daraus fließenden Regeln für menschliches Handeln*, Vieweg, Braunschweig, 1854.
- (20) Houthakker Hendrik, «The Present State of Consumption Theory», *Econometrica*, vol. 29, 1961, p. 704–740.
- (21) Houthakker Hendrik and Taylor L. D., *Consumer Demand in the United States, 1929–1970*, Harvard University Press, Cambridge, 1966.
- (22) Jevons William S., *The Theory of Political Economy*, Macmillan, London, 1871.
- (23) Lancaster Kelvin, *Consumer Demand*, Columbia University Press, New York, 1971.
- (24) Marshall Alfred, *Principles of Economics*, Macmillan, London, 1920.
- (25) Mattei Aurelio, «Un système complet de fonctions de demande dynamiques: estimation et prévision pour la Suisse», *Revue suisse d'Economie politique et de Statistique*, vol. 106, 1970, p. 453–489.
- (26) Mattei Aurelio, *An Intertemporal Model of Consumer Behavior*, Ph. D. Dissertation, Johns Hopkins, Baltimore, 1973.
- (27) Menger Carl, *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*, Braunmuller, Vienna, 1871.
- (28) Modigliani Franco and Brumberg R., «Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data», dans K. Kurihara, *Post Keynesian Economics*, Rutgers University Press, New Brunswick, 1954, ch. 15.
- (29) von Neumann John and Morgenstern O., *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton University Press, Princeton, 1944.
- (30) Pareto Vilfredo, *Cours d'économie politique*, Rouge, Lausanne, 1896.
- (31) Pareto Vilfredo, *Manuel d'économie politique*, Giard, Paris, 1909.
- (32) Samuelson Paul, «A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour», *Economica*, vol. 5, 1938, p. 353–354.
- (33) Schultz Henry, *The Theory and Measurement of Demand*, University of Chicago Press, Chicago, 1938.
- (34) Slutsky Eugenio, «Sulla teoria del bilancio del consumatore», *Giornale degli economisti e Rivista di statistica*, vol. 51, 1915, p. 1–26.
- (35) Smith Adam, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Strahan and Cadell, London, 1776.
- (36) Solari Luigi, *Théorie des choix et fonctions de consommation semi-agrégées*, Droz, Genève, 1971.
- (37) Stone Richard, «Linear Expenditure Systems and Demand Analysis: An Application to the Pattern of British Demand», *The Economic Journal*, vol. 64, 1954, p. 511–527.
- (38) Walras Léon, *Eléments d'économie politique pure*, Corbas, Lausanne, 1874.