

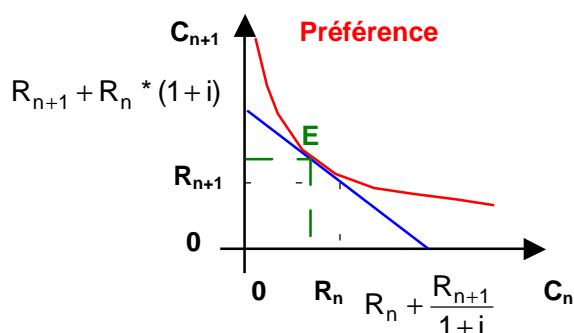
	Up ! Enhanced Management	Première édition
	5 La stratégie d'entreprise 5.6 La micro-économie, support de la stratégie	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- Etendre à court terme son revenu par un emprunt qui hypothèque ses revenus futurs.

Nous supposons qu'un consommateur dispose en années A_n et A_{n+1} des revenus respectifs R_n et R_{n+1} et que le taux d'intérêt soit de i % par an. Il fait alors le choix de consommer respectivement C_n et C_{n+1} les années A_n et A_{n+1} .

- S'il décide d'épargner la somme $E_n = R_n - C_n$, il aura alors comme revenu supplémentaire $E_n * (1+i) = (R_n - C_n) * (1+i)$ en année A_{n+1} .
- S'il décide d'emprunter la somme E_n , il aura alors comme revenu en moins $\frac{E_n}{1+i}$ en année A_{n+1} , soit $\frac{E_n}{1+i} * (1+i) = E_n$ en **Euros** constants de A_n .

Il en découle que le consommateur subit une contrainte budgétaire suivante:



Graphique 172 – La contrainte budgétaire du consommateur

L'équation de la droite de la contrainte budgétaire est alors :

$$C_{n+1} = -(1+i) * C_n + R_{n+1} + R_n * (1+i)$$

Le point de coordonnées (R_n, R_{n+1}) étant un point fixe au regard du taux d'intérêt, la droite de la contrainte budgétaire tourne autour de ce point en fonction de i . Le consommateur cherchant à maximiser son bien-être, le point d'équilibre E est atteint quand sa courbe de préférence est tangente à la droite de contrainte budgétaire.

Dans l'exemple ci-dessus, le consommateur préfère épargner près d'un tiers de ses revenus R_n au détriment de la consommation parce que la valeur du taux d'intérêt est plus attractive que la valeur marginale des biens de consommation.

L'équation de la courbe de préférence est de la sorte :

$$\text{Préférence}(C_n, C_{n+1}) = C_n^\alpha * C_{n+1}^\beta = K$$

Etant donné que l'individu est plus enclin à dépenser qu'à épargner, cela nécessite que $\alpha < \beta$. Plus l'individu est optimiste, plus β est supérieur à α et plus le taux d'intérêt i doit augmenter pour limiter son optimisme.

5.6.7 La stratégie et la micro-économie

5.6.7.1 La typologie du marché

J

La typologie du marché peut être découpée de la manière suivante comme l'a proposé **William SHEPHERD** :

- **Le monopole pur.**
Ce marché comporte un unique fournisseur proposant une offre au prix qu'il fixe