

TEORIA CONSUMATORULUI

Prof. univ. dr. Ilie BĂBĂIȚĂ
Universitatea de Vest Timișoara

Rezumat

In viziunea agentului economic – consumatorul prezintă un tip de comportament rațional, ce are ca scop maximizarea satisfacției obținută prin utilizarea de mărfuri. Pentru a determina acest comportament rațional, pornim de la premisa că fiecare consumator are informații exacte și complete privind: structura de mărfuri existente pe piață și capacitatea acestora de a răspunde anumitor dorințe ale acestuia, nivelul prețului de piață și mărimea venitului sau care poate fi alocat într-o perioadă dată, pentru a achiziționa diferite produse. În scopul de a satisface nevoile sale, consumatorul acționează rațional alegând un coș de bunuri care să furnizeze cea mai mare satisfacție în condițiile unui venit realizat și a prețului ce trebuie achitat pentru un bun economic.

Cuvinte cheie: *consum, utilitate, utilitate marginală*

1. Definirea Consumatorilor

Consumatorul este un agent economic, căruia îi este caracteristică achiziționarea și consumul de bunuri, pornind de la un venit disponibil dat. El întreține relații cu alți agenți economici prin intermediul unor diverse operațiuni. Astfel, consumatorul este legat de întreprinderi prin munca pe care o prestează și remunerațiile ce decurg din aceasta, dar și prin intermediul cumpărării de produse și al prețurilor pe care el acceptă să le plătească în schimbul acestora.

Disponând de un venit limitat, consumatorul este constrâns să decidă în privința utilizării cât mai raționale a acestuia, definind judicios structura cheltuielilor sale.

Consumatorul poate fi o persoană fizică sau o comunitate (de exemplu, o familie), caz în care avem în vedere veniturile

CONSUMER THEORY

Prof. PhD Ilie BĂBĂIȚĂ
West University of Timisoara

Abstract

The behaviour of the economic agent – customer is a rational type of behaviour in order to maximize the satisfaction achieved through the use of commodities.

In order to determine a rational behaviour, we start from the premise that every customer has complete and accurate information on: the structure of commodities existing on the market and their ability to comply with certain wishes, market prices levels and the size of income that shall be spent in a given period in order to purchase various commodities.

In order to fulfil its needs, the rational customer has to choose from a basket of commodities the ones that: provide the greatest satisfaction under the circumstances of income and price restrictions.

Keywords: *consumption, utility, marginal utility*

1. Consumer Definition

The consumer is a trader, who is characteristic acquisition and consumption of goods, from a given disposable income. He maintains relationships with other operators through various operations. Thus, the consumer is related businesses that provide labor and remuneration therefrom, but also through the purchase of products and prices that he agrees to pay in exchange.

With a limited income, the consumer is constrained decide on its rational use as defining its judicious expenditure pattern.

The consumer can be an individual or a community (eg a family), in which case we consider the overall revenue and expenditure. To simplify the analysis

și cheltuielile globale. Pentru a simplifica analiza, în cele ce urmează vom raționa având în vedere întotdeauna o persoană fizică.

Consumatorul își utilizează venitul pentru a cumpăra unele bunuri și a obține prin consumul acestora o anumită satisfacție. Problema care se ridică privește însă alegerea cantităților ce se cumpără din diferitele bunuri ce se oferă pe piață, în funcție de gusturi, preferințe și bugetul disponibil.

Dintre nevoile pe care le poate avea un consumator, analiza microeconomică este interesată doar de *nevoile economice*, adică de nevoile care pot fi satisfăcute printr-o operațiune economică. Astfel, a călători în timp nu este o nevoie economică, deoarece o asemenea nevoie nu poate fi satisfăcută prin nici o operațiune economică la ora actuală. Dimpotrivă, a bea un suc de mere este o nevoie economică, deoarece această nevoie poate fi oricând satisfăcută prin cumpărarea de pe piață și consumul acestui suc.

Nevoile economice pot fi satisfăcute prin consumul unor bunuri economice. Aceste bunuri pot fi definite în două modalități diferite:

1) Un bun este economic, dacă poate fi obiectul unei tranzacții, adică a unei operațiuni de vânzare-cumpărare. Conform acestei definiții, bunurile economice sunt mărfuri. Există însă și bunuri libere, disponibile în cantități nelimitate și achiziționabile la un preț nul, deși satisfacția pe care consumul lor o poate procura consumatorului nu este de loc neglijabilă (de exemplu: apa mării, aerul, nisipul de pe plajă etc.)

2) Bunurile economice sunt acele bunuri, care pot face obiectul unei producții de serie, adică bunurile care pot fi reproduse oricând. Dacă reținem această definiție, excludem ansamblul bunurilor nereproductibile, cum ar fi, de exemplu, operele de artă, vinurile vechi, deși satisfacția pe care o procură posesorilor lor este deosebit de mare.

below we always argue with regard to an individual.

Consumers use their income to buy some supplies and get them by eating a certain satisfaction. The question concerns choice but to buy quantities of various goods that are offered on the market, depending on tastes, preferences and budget available.

Among the needs they may have a consumer is interested only microeconomic analysis of economic needs, ie needs can be met by an economic transaction. Thus, travel time is an economic need, such as the need may be satisfied by any economic transaction today. Conversely, drinking apple juice is an economic need, because this need can always be satisfied by market purchase and consumption of this juice.

The economic needs can be met by the consumption of economic goods. These assets can be defined in two different ways: 1) A good is economic, it can be a settlement, ie a sale transaction. Under this definition, economic goods are goods. There are also free goods available in unlimited quantities and purchased at a price zero, although their consumption satisfaction a consumer can buy is not at all negligible (eg sea water, air, beach sand, etc.).

2) Economic goods are those goods that may be subject to mass production, ie those that can be reproduced at any time. If you remember the definition exclude all nereproductibile goods, such as, for example, art works, old wines, although satisfaction that their proxy holders are particularly high.

2. Consumer Area

A consumer who must decide what quantities of each item you consume, you

2. Suprafața de consum

Un consumator care trebuie să decidă ce cantități va consuma din fiecare bun, trebuie să aleagă din ansamblul opțiunilor posibile un anumit coș de consum. Presupunând că există pe piață n bunuri de consum, diferitele coșuri de consum posibile vor avea forma :

$$B^i = (x_1^i, x_2^i, \dots, x_n^i)$$

unde x_j^i ($j = 1, 2, \dots, n$) reprezintă cantitatea din bunul j conținută în coșul de consum i .

Numărul coșurilor de consum posibile este infinit. Ansamblul acestor coșuri formează suprafața de consum. Teoria microeconomică pornește de la ipoteza că acest ansamblu este nelimitat, cuprinzând toate coșurile compuse din cantități pozitive sau nule ale celor n bunuri de pe piață (cantitățile negative nu au sens în cadrul acestei analize). Deoarece însă piața nu poate oferi cantități nelimitate de bunuri, teoretic trebuie să avem în vedere o limită superioară a disponibilităților de bunuri de consum. De asemenea, este logic să avem în vedere și un consum minimal, care poate asigura minimul vital al consumatorului.

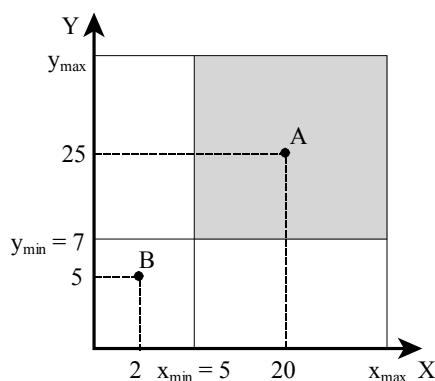


Fig. 1.1. - Suprafața de consum

Pentru a simplifica analiza, este util să reducem diversitatea ansamblului de coșuri disponibile și să avem în vedere o economie în care piața oferă doar două bunuri (x și y). În acest caz, suprafața de consum se poate reprezenta ca în Figura 1.1.

must choose from all possible choices a consumer cart. Assuming that the market is not consumer goods, different consumption baskets as possible will be:

$$B^i = (x_1^i, x_2^i, \dots, x_n^i)$$

where x_j^i ($j = 1, 2, \dots, n$) j is the amount of property contained in the consumer cart i .

Possible number of consumer cart is infinite. Together, these form the area of consumer cart.

Microeconomic theory assumes that this set is infinite, consisting of cart containing all positive or zero quantity of the goods in the market (Negative quantities do not make sense in this analysis). But because the market can not provide unlimited quantities of goods, theoretically we should have an upper limit to the availability of consumer goods. It is also logical to consider a minimum consumption, which can provide vital minimum consumer.

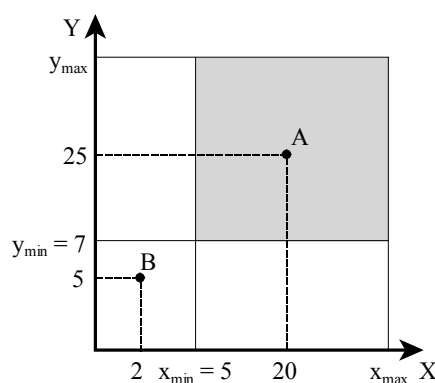


Fig. 1.1. - Suprafața de consum

To simplify the analysis, it is useful to reduce the overall diversity of cart's available and to consider the market economy offers only two goods (X and Y). In this case, the area consumption can be as shown in Figure 1.1.

In the case of two goods, consumption baskets all face is the same as X - Y and

În cazul a două bunuri, ansamblul coșurilor de consum se confundă cu cadranul x - y , iar suprafața de consum este zona hașurată. Limita disponibilului din cele două bunuri este x_{\max} , respectiv y_{\max} , iar minimum vital este x_{\min} , respectiv y_{\min} . Coșul $A(20x, 25y)$ aparține suprafeței de consum, dar coșul $B(5x, 5y)$ nu.

3. Relația de preferință și de indiferență a consumatorului

Pentru a determina cantitățile pe care le va cumpăra, consumatorul trebuie să ierarhizeze toate coșurile din suprafața de consum în funcție de preferințele sale. Pentru a traduce formal acest clasament, se definește relația de preferință și de indiferență, astfel:

✓ *Relația de preferință strictă* permite să se compare două coșuri de bunuri și să se determine coșul preferat față de celălalt: $A > B$, adică „coșul A este strict preferat față de coșul B”.

✓ *Relația de indiferență* stabilește că două coșuri de consum aduc exact aceeași satisfacție consumatorului, deci acesta este indiferent față de cele două coșuri: $A \sim B$, adică „coșul A este indiferent față de coșul B”.

✓ *Relația de preferință combină* cele două relații de mai sus: $A \geq B$, adică „coșul A este preferat sau indiferent față de coșul B” sau „coșul A este cel puțin la fel de preferat ca și coșul B”. Această relație permite consumatorului să clasifice ansamblul coșurilor posibile.

Fiecare agent posedă o structură a preferințelor specifică numai lui, dar relația de preferință trebuie să verifice câteva ipoteze (axiome) pentru ca un consumator să fie rațional.

a) *Axioma de totalitate*: consumatorul trebuie să fie capabil să compare un coș cu toate coșurile posibile din suprafața de consum, adică nu există coșuri neclasificabile în suprafața de consum. Ca urmare, consumatorul poate afirma că este verificată întotdeauna una din următoarele situații: $A \geq$

consumption area is shaded area. Limited availabilities of the two goods is X_{\max} respectively Y_{\max} and the minimum is vital x_{\min} , y_{\min} respectively. Cart A ($20x$, $25y$) belongs to the consumer area, but Mark B ($5X$, $5Y$) no.

3. Relationship of consumer preference and indifference

To determine the quantities they buy, consumers should prioritize all of the area of consumer baskets based on their preferences. To translate this formal classification, defines the relationship of preference and indifference, as follows:

✓ *strict preference relation* allows to compare two cart of goods and to determine preferred to other cart: $A > B$, A cart that is strictly preferred to Mark B

✓ *indifference relationship* states that two consumer carts without the exact same consumer satisfaction, so he is indifferent to the two spots: $A = B$, or "cart A is indifferent to B .

✓ Relationship preferably combine the two above relations: $A \geq B$, which means "cart A is preferred or indifferent to cart B" or "cart A is at least as preferred as cart B". This relationship allows consumers to rank all possible carts.

Each agent has a specific structure but his preferences, but preferably relationship must verify some assumptions (axioms) to the consumer is rational.

a) *the axiom of all*: the consumer must be able to compare a basket of all possible spots in the area of consumption, ie no surface not covered consumer cart. As a result, consumers may say that is always checked one of the following situations: $A \geq B$ or $B \geq A$.

b) *axiom of reflexivity*: each cart is indifferent to himself, so we can write: $A \geq A$ (this axiom has only a mathematical interest).

B sau $B \geq A$.

b) *Axioma de reflexivitate*: fiecare coș este indiferent față de el însuși, deci se poate scrie: $A \geq A$ (această axiomă are doar un interes matematic).

c) *Axioma de tranzitivitate*: dacă $A \geq B$ și $B \geq C$, atunci și $A \geq C$.

Dacă unui consumator i se propun două coșuri de bunuri dintre toate cele posibile, îl va alege pe cel care va corespunde cel mai bine preferințelor sale. Atunci când se consumă un bun, se obține un beneficiu sau o satisfacție. Economistii numesc acest beneficiu sau această satisfacție *utilitate* și consideră că atunci când consumatorul alege între diverse bunuri, el încearcă să obțină cea mai mare utilitate în raport cu venitul său.

4. Teoria utilității

Trebuie să deosebim utilitatea totală de cea marginală. Utilitatea totală (U) a unui bun x măsoară satisfacția globală pe care o resimte consumatorul în urma consumării întregii cantități achiziționate din bunul dat. Nivelul utilității totale depinde de cantitatea consumată din bunul x , deci $U = U(x)$.

Utilitatea marginală a bunului x , (MU_x) reprezintă suplimentul de utilitate provocat prin consumul unei unități adiționale din acest bun (*ceteris paribus*). Cu alte cuvinte, utilitatea marginală măsoară variația utilității totale (U) determinată de consumarea unei unități adiționale din bunul dat (dacă bunul x este imperfect divizibil), respectiv variația utilității totale în raport cu o variație infinit de mică ($\Delta x \rightarrow 0$) a cantității consumate (dacă bunul este perfect divizibil). Formal, acest lucru se poate scrie astfel:

$$MU_x = \frac{\Delta U(x, y)}{\Delta x} = \frac{U[(x + \Delta x), y] - U(x, y)}{\Delta x}$$

respectiv:

$$MU_x = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta U(x, y)}{\Delta x} = \frac{dU}{dx} = U'(x),$$

adică prima derivată a funcției de utilitate.

Cu ajutorul utilității marginale putem determina cum evoluează nivelul de

c) *The axiom of transitivity*: if $A \geq B$ and $B \geq C$, then $A \geq C$.

If a consumer is proposing two cart of goods of all possible, we will choose one that best fits his preferences. When a good is consumed, to obtain a benefit or satisfaction. Economists call this benefit or that benefit satisfaction and believes that when consumers choose between different goods, he seeks the largest utility in relation to its income.

4. Utility theory

Must distinguish the total marginal utility. Total utility (U) has a good X measured overall satisfaction that a consumer feels after consuming the entire amount of the asset acquired since. Total utility level depends on the quantity consumed of good x , so $U = U(x)$. Marginal utility of good x (MU_x) is caused by eating supplement utility of additional units of this good (*ceteris paribus*). In other words, the marginal utility measured changes in total utility (U) due to consumption of additional units of the given object (if object x is imperfectly divisible) and total utility changes compared with an infinitely small change ($Dx \rightarrow 0$) quantity consumed (if the property is perfectly divisible). Formally, this can be written as:

$$MU_x = \frac{\Delta U(x, y)}{\Delta x} = \frac{U[(x + \Delta x), y] - U(x, y)}{\Delta x}$$

respectively:

$$MU_x = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta U(x, y)}{\Delta x} = \frac{dU}{dx} = U'(x)$$

ie the first derivative of utility function.

Using marginal utility can determine how evolving consumer satisfaction when consuming an increasing amount of good x . Depend on the need for consumer

satisfacție al consumatorului când consumă o cantitate crescătoare din bunul x . Satisfacția depinde de intensitatea nevoii consumatorului: *plăcerea este proporțională cu lipsa resimțită înainte de consumare*. Deoarece intensitatea unei nevoi descrește pe măsură ce cantitatea consumată sporește, rezultă că există un principiu, *o lege a utilității marginale descrescătoare*, conform căreia dacă intensitatea nevoii scade odată cu cantitatea consumată, satisfacția obținută pentru fiecare unitate suplimentară consumată este tot mai puțin importantă decât pentru unitatea consumată anterior.

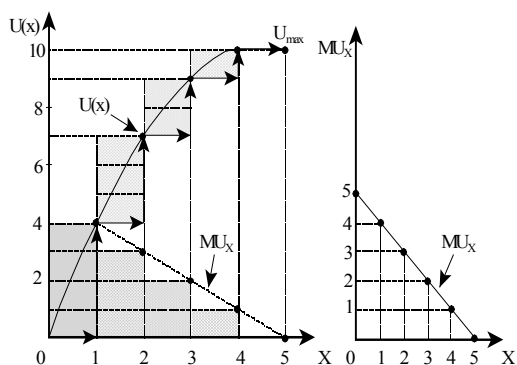


Fig. 1.10. - Evoluția U_x și MU_x în raport cu modificarea consumului bunului X

Această lege a fost formulată în 1854 de Gossen, care a arătat că primul pahar de apă consumat de un călător din deșert îi procură acestuia o utilitate imensă, al doilea pahar îi va aduce un spor de utilitate mai mic ș.a.m.d.

Ca urmare, deși mărirind cantitatea consumată utilitatea totală continuă să crească (chiar dacă tot mai lent), utilitatea marginală descrește continuu (Fig. 1.10.).

Când utilitatea marginală devine nulă, utilitatea totală va fi maximă, deoarece continuând să mărim consumul, utilitatea totală nu mai crește, dimpotrivă, poate descrește, deoarece dincolo de punctul de saturație al consumatorului utilitatea marginală a bunului x devine negativă, în sensul că satisfacția se transformă în insatisfacție (Fig. 1.11.).

Un consumator rațional își sistează consumul dintr-un bun în momentul în care a

satisfaction: the pleasure felt is proportional to the lack of prior to consumption. Since the intensity of needs decrease as quantity consumed increases, that is a principle a law of decreasing marginal utility, that if the intensity decreases with the amount consumed need satisfaction obtained for each additional unit consumed is less important than unit consumed above.

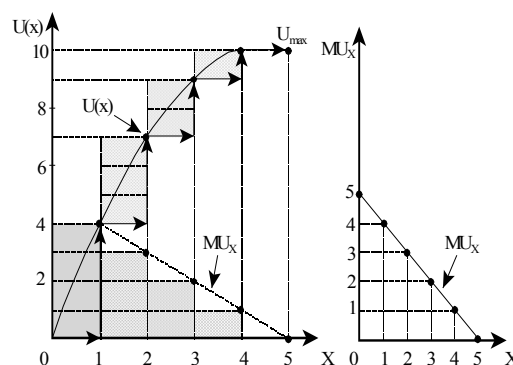


Fig. 1.10. - Evoluția U_x și MU_x în raport cu modificarea consumului bunului X

This law was formulated in 1854 by Gossen, which showed that first glass of water consumed by a passenger in his desert his attorney a huge utility, the second cup will bring lower utility gain etc.

As a result, although increasing the total amount consumed usefulness continues to grow (albeit more slowly), the marginal utility decreases continuously (Fig. 1.10.).

When marginal utility is zero, total utility will be maximum, because continuing to expand consumption, not increase total utility, by contrast, may decrease because of saturation point beyond the consumer's marginal utility of good x becomes negative, meaning that satisfaction is turns into dissatisfaction (Fig. 1.11.).

A rational consumer cease their consumption of a good when it has reached

atins limita sa de saturație, adică atunci când ultima unitate consumată nu i-a mai adus nici un spor de utilitate. Cu alte cuvinte, când utilitatea marginală a unui bun devine egal cu zero, utilitatea totală a consumatorului este maximă.

its saturation limit, ie when the last unit consumed takes not bring any utility gain. In other words, the marginal utility of an object is zero, total consumer utility is maximum.

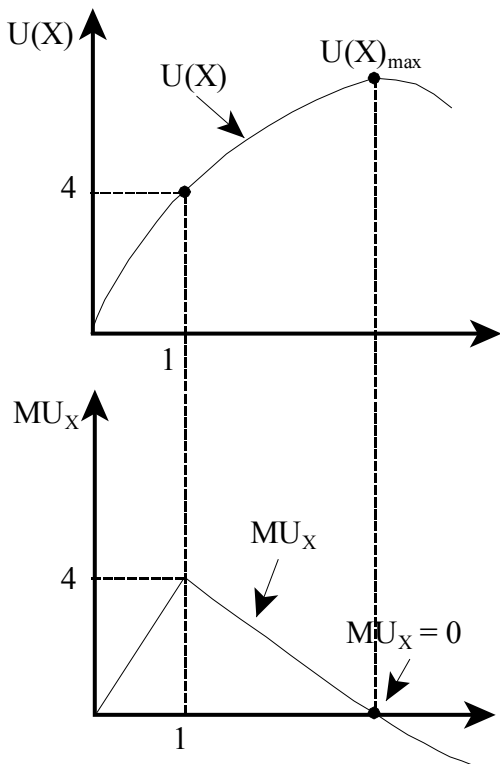


Fig. 1.11. - Maximizarea utilitatii totale

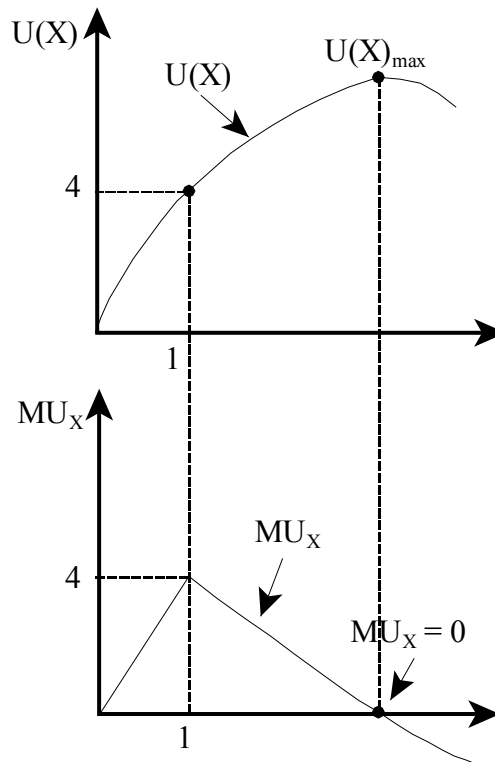


Fig. 1.11. - Maximizarea utilitatii totale

Deoarece utilitatea nu poate fi măsurată direct, o măsurare indirectă se poate realiza, de exemplu, cu ajutorul dispoziției consumatorului de a plăti pentru un anumit bun. Astfel, dacă Ion preferă înghețata de vanilie celei de ciocolată, în mod cert este dispus să plătească mai mult pentru un cornet cu vanilie decât pentru unul cu ciocolată.

Since utility can not be measured directly, an indirect measurement can be achieved, for example, with provision for the consumer to pay a certain good. Thus, if John prefers the chocolate and vanilla ice cream, of course is willing to pay more for a cornet with vanilla than chocolate one.

Bineînțeles, prețul pe care Ion este dispus să-l plătească pentru o înghețată de vanilie nu este identic cu prețul la care va cumpăra cornetul. Acesta din urmă depinde nu de preferințele sale, ci de condițiile de piață.

Of course, the price that John is willing to pay for not vanilla ice cream is the same price will buy cornet. The latter depends not on its preferences, but market conditions.

Dispoziția de a plăti este un instrument bun pentru măsurarea utilității și ne permite să știm cum își alocă un individ bugetul de-a

Available to pay is a good tool for measuring the utility and allows us to know how an individual allocates its budget across its budgetary restraint. If

lungul restricției sale bugetare. Dacă măsurăm utilitatea prin dispoziția de a plăti, este posibil să construim un grafic ca în figura 1.12.

Să urmărim consumul de ciocolată al unui individ de-a lungul unei zile. Cum evoluează disponibilitatea marginală a consumatorului de a plăti pentru cele 5 batoane de ciocolată? Deoarece satisfacția lui scade pe măsură ce crește cantitatea consumată anterior, el va fi dispus să plătească tot mai puțin pentru un baton suplimentar, așa cum se poate vedea în figura 1.12.

Deci, pe măsură ce cantitatea consumată crește, satisfacția crește, dar cu o rată descrescătoare, până când creșterea încetează complet (al 5 - lea baton are utilitatea marginală nulă).

Pentru primul baton care îi aduce cel mai ridicat nivel de utilitate marginală, consumatorul este dispus să plătească 80 u.m., pentru al doilea 60 u.m., pentru al treilea 40 u.m., pentru al patrulea 20 u.m., și în fine, pentru al cincilea, care nu îi mai aduce nici un spor de utilitate, nu este dispus să mai plătească nimic.

Din exemplul de mai sus rezultă că evoluția dispoziției marginale a consumatorului de a plăti pentru un bun oarecare X, reflectă evoluția utilității marginale a bunului X și, în același timp, și evoluția cererii bunului respectiv (DD_x). Deoarece utilitatea marginală este descrescătoare, descrește și dispoziția de a plăti a consumatorului, deci curba cererii sale are panta descrescătoare (negativă). Până când utilitatea marginală (MU_x) rămâne pozitivă, utilitatea totală crește; când MU_x devine nulă, utilitatea totală este maximă

you measure by the utility to pay, it is possible to build a graph as in Figure 1.12.

To track an individual's consumption of chocolate throughout the day.

How changing availability marginal consumer to pay for the five bars of chocolate? Since his satisfaction decreases as you increase the amount previously consumed, it will be increasingly less willing to pay for an extra bar, as can be seen in Figure 1.12.

So, as the quantity consumed increases, satisfaction increases, but with a decreasing rate until growth ceases completely (the 5 - th bar has zero marginal utility).

For the first bar that brings the highest level of marginal utility, consumer is willing to pay 80 mu to 60 mu second for the third 40 um to 20 um, fourth, and finally for the fifth, which May it bring any increase utility is not willing to pay anything in May. The above example shows that the evolution of marginal provision for a consumer to pay some good X, reflecting the evolution of marginal utility of good X, while and demand trends that property (DD_x). Since marginal utility is decreasing, and decreases the consumer to pay, so his demand curve is downward slope (negative). Until the marginal utility (MUX) remains positive, total utility increases, the MUX is zero, total utility is maximum.

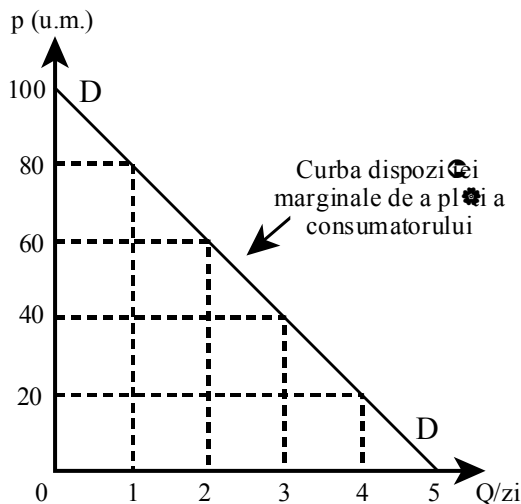


Fig. 1.12. - Curba dispoziției marginale de a plăti a consumatorului

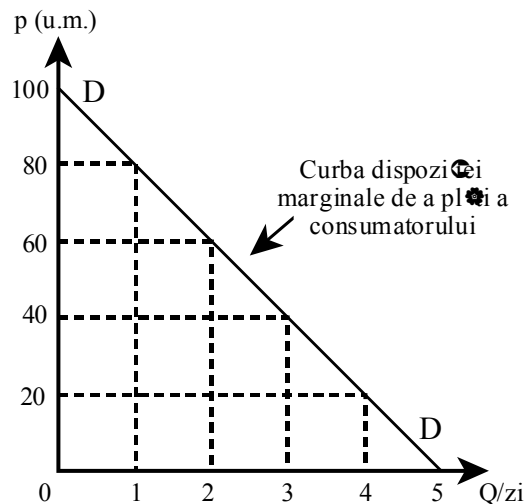


Fig. 1.12. - Curba dispoziției marginale de a plăti a consumatorului

În concluzie, un consumator își maximizează utilitatea totală prin ajustarea cantității achiziționate din bunul X, până când utilitatea marginală a ultimei unități achiziționate devine egală cu zero.

O asemenea concluzie este însă valabilă doar în cazul ipotezei de abundență, când nimic nu limitează posibilitățile de consum. Consumatorul nu suportă nici un cost, în sensul că nu trebuie să renunțe la nimic pentru a-și procura o unitate suplimentară din bunul X.

În ipoteza rarității însă, individul trebuie să arbitreze (aleagă) între diferitele alternative posibile de consum, atunci când își maximizează utilitatea totală (U).

Deoarece bunurile se schimbă contra bani, problema consumatorului este de a repartiza un buget dat între diferitele bunuri de achiziționat. Cum poate el să-și ajusteze cheltuielile în așa fel încât să-și maximizeze utilitatea? În acest scop, el trebuie să compare utilitatea marginală a achiziționării diferitelor bunuri și să-și cheltuiască fiecare unitate monetară pentru acele bunuri, a căror utilitate marginală este cea mai mare.

Să luăm cazul unui consumator care trebuie să aleagă între bunurile X și Y, care au prețurile p_x și p_y . El își va maximiza utilitatea totală atunci, când își va alocă venitul în așa fel între cele două bunuri, încât

In conclusion, a consumer maximizing his total utility by adjusting the quantity of good X purchased until the last unit purchased marginal utility becomes zero. A conclusion is however also valid for the assumption of abundance, if nothing restricts consumption. The consumer does not bear any cost, meaning that should not stop at nothing to procure an additional unit of good X. But the rarity assumption, the individual must arbitrate (choose) between the various possible alternatives to drinking when his maximizes total utility (U). As goods are exchanged for money, consumer problem is to allocate a given budget between different goods purchased. How can he adjust its expenditure so as to maximize its usefulness? To this end, he must compare the marginal utility of purchasing various goods and to spend each monetary unit for those goods, whose marginal utility is highest.

Take the case of a consumer who must choose between goods X and Y, which have prices p_x and p_y . It will maximize the

utilitatea suplimentară obținută prin consumul acelei cantități de X pentru care s-a plătit o unitate monetară suplimentară devine egală cu utilitatea suplimentară obținută prin consumul acelei cantități de Y pentru care s-a plătit aceeași unitate monetară adițională. În această situație, spunem că *utilitatea marginală pe o unitate monetară* corespunzătoare bunului X este egală cu utilitatea marginală pe o unitate monetară corespunzătoare bunului Y. În acest caz, consumatorul este în situație de *echilibru*, deoarece nu-și mai poate spori utilitatea totală renunțând la cumpărarea unui bun în favoarea celui alt bun.

Deci, condiția de *echilibru a consumatorului*, respectiv de utilitate totală maximă este:

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y}$$

Ce se întâmplă dacă prețul bunului X scade, *ceteris paribus*? În acest caz, avem:

$$\frac{MU_X}{P_X} > \frac{MU_Y}{P_Y}$$

ceea ce înseamnă că individul își va spori utilitatea consumând mai mult X și mai puțin Y. Dar dacă se consumă mai mult X, scade MU_X , deci scade și utilitatea marginală pe unitatea monetară, până când egalitatea anterioară va fi restabilă.

În concluzie, *reducerea prețului unui bun va determina, ceteris paribus, o creștere a cererii pentru bunul respectiv, deci curba cererii este descrescătoare de la stânga spre dreapta.*

De exemplu, dacă $MU_X = 20$, $MU_Y = 25$, $p_X = 4$ și $p_Y = 5$, atunci:

$$5 = \frac{20}{4} = \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} = \frac{25}{5} = 5$$

deci, consumatorul este în echilibru, adică și-a maximizat utilitatea totală.

Dacă p_X scade cu 2 u.m. și consumul

total utility when, will allocate income between two goods so that additional utility obtained by consuming quantities of X has been paid a further monetary unit is equal to the additional utility obtained from consumption of that quantity Y that additional money was paid the same unit. In this situation, we say that the marginal utility per unit money good X is equal to the marginal utility per unit money good Y. In this case, the consumer is in a state of equilibrium, because no longer can increase total utility by giving up the purchase of property for other property.

So the consumer equilibrium condition, ie maximum total utility is:

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y}$$

What if the asset price X decreases, *ceteris paribus*? In this case, we have:

$$\frac{MU_X}{P_X} > \frac{MU_Y}{P_Y}$$

which means that the individual will enhance the usefulness consume more X and less Y. But if you consume more X, MU_X decreases, so decreases and the marginal utility per unit money until earlier equality will be restored. *Finally, a good price reduction would lead, ceteris paribus, a demand for the asset, so demand is decreasing curve from left to right.*

For example, if $MU_X = 20$, $MU_Y = 25$, $p_X = 4$ și $p_Y = 5$, then :

$$5 = \frac{20}{4} = \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} = \frac{25}{5} = 5$$

so, the consumer is in equilibrium, ie has maximized total utility.

If p_X is reduced by 2 u.m. and X consumption changes, the monetary unit we have $20 / 2 = 10$ units of MU_X , MU_Y to only 5 units.

de X nu se schimbă, pe unitate monetară avem $20/2 = 10$ unități de MU_x , față de numai 5 unități MU_y .

$$10 = \frac{MU_x}{1 \text{ leu}} > \frac{MU_y}{1 \text{ leu}} = 5$$

În aceste condiții, cheltuind o u.m. adițională pentru bunul X, consumatorul își mărește utilitatea cu 10, dar dacă aceeași unitate monetară o cheltuiește pentru bunul Y, utilitatea sa crește doar cu 5. Ca urmare, un consumator rațional va cumpăra bunul X și nu bunul Y.

BIBLIOGRAFIE

1. ALBERT, M.,- “Capitalism contra capitalism”, Ed. Humanitas, București,1993;
2. BECKER, G.S.,- “Comportamentul uman. O abordare economică”, Ed. ALL, București, 1996;
3. BRAN, P. -“Económica valorii”, Ed. Economică, București, 2005;
4. BĂBĂIȚĂ I., SILASI G., DUȚĂ A. – „Macroeconomia” – Editura Orizonturi Universitare, Timișoara, 2007;
5. CIUCUR D., GAVRILĂ ILIE, POPESCU CONSTANTIN, Economie (manual universitar), ASE, Editura Economică, București, 2005;
6. DIDIER, M., - “Economie. Regulile jocului”, Ed. Humanitas, București, 1994;
7. DOBROTĂ, N. (coordonator) - “Economie politică”, Ed. Economică, București, 1997;
8. GALBRAITH, J. K., - “Știința economică și interesul public”, Ed. Politică, București, 1982;
9. HEYNE, P., - “Modul economic de gândire”, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1991;
10. SAMUELSON P., NORDHAUS, W., - „Economie”, Ed. Teora, București, 2000;

$$10 = \frac{MU_x}{1 \text{ leu}} > \frac{MU_y}{1 \text{ leu}} = 5$$

In these circumstances, additional spending mu for good x increases its usefulness to the consumer 10, but if one spends the same currency unit for good y, its usefulness increases only by 5. Therefore, a rational consumer will not buy good x and good y.

BIBLIOGRAPHY

1. ALBERT, M.,- “ *Capitalism versus Capitalism* ”, Ed. Humanitas, București,1993;
2. BECKER, G.S.,- “ *Human behavior. An economic approach*”, Ed. ALL, București, 1996;
3. BRAN, P. -“*Económica valorii*”, Ed. Economică, București, 2005;
4. BĂBĂIȚĂ I., SILASI G., DUȚĂ A. – „*Macroeconomia*” – Editura Orizonturi Universitare, Timișoara, 2007;
5. CIUCUR D., GAVRILĂ ILIE, POPESCU CONSTANTIN, *Economie (manual universitar)*, ASE, Editura Economică, București, 2005;
6. DIDIER, M., - “ *Economy. Game Rules* ”, Ed. Humanitas, București, 1994;
7. DOBROTĂ, N. (coordonator) - “*Economie politică*”, Ed. Economică, București, 1997;
8. GALBRAITH, J. K., - “ *Economics and public interest*”, Ed. Politică, București, 1982;
9. HEYNE, P., - “ *Economic way of thinking* ”, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1991;
10. SAMUELSON P., NORDHAUS, W., - „*Economy*”, Ed. Teora, București, 2000;

11. SILAȘI G., SÎRGHI N.,LOBONȚ O. – „*Microeconomia -în fișe-*„ - Editura Mirton, Timișoara,2007;
12. ASE, Catedra de Economie și Politici Economice – „*Economie - -Ediția a șaptea* „,- Editura Economică, București, 2005;
11. SILAȘI G., SÎRGHI N.,LOBONȚ O. – „*Microeconomia -în fișe-*„ - Editura Mirton, Timișoara,2007;
12. ASE, Catedra de Economie și Politici Economice – „*Economie - -Ediția a șaptea* „,- Editura Economică, București, 2005;

Cantitate (baton ciocolata) X	Utilitate marginală (utili) MU_x	Utilitatea totală (utili) U_x	Dispoziția de a plăti a consumatorului
0	-	0	100
1	20	20	80
2	15	35	60
3	10	45	40
4	5	50	20
5	0	50	0