**Cap. 9. Teoria consumului, preferințele consumatorilor și utilitatea bunurilor și serviciilor**

**9.1. Utilitatea bunurilor și serviciilor și preferințele consumatorului**

* Definiție: utilitatea bunurilor și serviciilor reprezintă satisfacția resimțită în urma consumului a diferite unități din respectivele bunuri și servicii

*!!! Utilitatea este o noțiune subiectivă, întrucât intensitatea satisfacției resimțite depinde de fiecare individ în parte*

* Metodele de măsurare:

1. ordinală (se stabilește o ordine a preferințelor consumului – listă de priorități),
2. cardinală (se atribuie fiecărei unități consumate dintr-un bun o anumită valoare) – metoda cardinală presupune calculul utilității totale și marginale:

* Utilitatea totală (UT) a unui bun/serviciu reprezintă satisfacția totală resimțită în urma consumului unor unități din respectivul bun/serviciu. Ea crește pe măsura creșterii consumului, atingând un prag de saturație, dincolo de care începe să scadă.
* Utilitatea marginală (Umg) a unui bun/serviciu reprezintă satisfacția dată de consumul ultimei unități din respectivul bun/serviciu. Această satisfacție este descrescătoare (nevoia consumatorului este satisfăcută progresiv) și riscă să devină negativă după atingerea pragului de saturație.

(9.1)

unde: reprezintă utilitățile individuale, date de consumul fiecărei unități dintr-un bun/serviciu.

(9.2)

unde: reprezintă cantitatea din bunul *j* ce este consumată.

Exemplu (utilitatea totală și marginală în cazul consumului unui bun j):

Umg

UT

10

Uj

0

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Q | Umg | UT |
| 0 | - | 0 |
| 1 | 10 | 10 |
| 2 | 8 | 18 |
| 3 | 6 | 24 |
| 4 | 4 | 28 |
| 5 | 2 | 30 |
| 6 | 0 | 30 |
| 7 | -2 | 28 |

7

1

Qj

**9.2. Surplusul consumatorului**

* Disponibilitatea de a plăti peste prețul de vânzare intervine atunci când prețul final de tranzacționare este sub nivelul pieței sau când se află sub nivelul anticipat
* Surplusul consumatorului este resimțit atunci când în urma negocierii prețul scade (deși consumatorul ar fi fost dispus să plătească prețul integral), sau atunci când consumatorul beneficiază inopinat de anumite promoții
* Implicațiile acestor “economii de preț” se traduc prin reorientarea imediată a consumului (sentimentul fals de economisire sau avuție face mai puțin rațional consumul), prin oferirea de bacșiș, etc.
* Factorii de influență ai surplusului consumatorului sunt asociați puterii de negociere dar și frecvenței achiziționării unui bun.

**9.3. Echilibrul consumatorului**

* Un consumator rațional își definește cererea de produse astfel încât satisfacția resimțită prin consum să fie maximă
* Cantitatea aleasă din fiecare produs pentru maximizarea utilității consumului, depinde de prețul acelor produse și de constrângerea bugetară a consumatorului
* Pentru consumul a două bunuri, X și Y, maximizarea utilității (UTx,y) se face ținând cont de prețurile celor două bunuri dar și de constrângerea bugetară (venitul disponibil pentru achiziționarea acestor bunuri):

(9.3)

unde: este venitul disponibil, și sunt prețurile celor două bunuri, și sunt cantitățile (unități) consumate din cele două bunuri.

* Echilibrul consumatorului este atins în condițiile în care raportul dintre utilitățile marginale ale celor două bunuri egalează raportul dintre prețurile lor, astfel:

(9.4)

unde: și reprezintă utilitățile marginale ale consumului bunului X și Y.

*!!! În condițiile maximizării UTx,y se alege soluția care să reflecte o cantitatea consumată cât mai ridicată și pozitivă.*

*!!! Preferințele consumatorilor pot fi determinate în practică prin diverse chestionare ce le sunt adresate cu privire la satisfacția resimțită în urma consumului unui bun.*