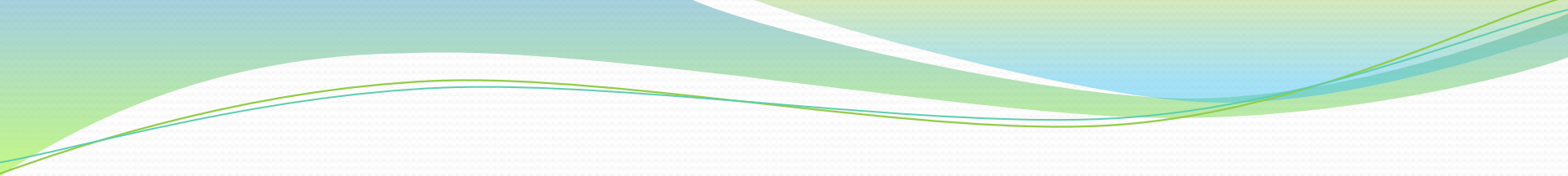


Temat 4. Konsument



Konsument

- 
1. Możliwości konsumenta.
 2. Gusty konsumenta.
 3. Decyzje konsumenta.

1. Możliwości konsumpcji.



- Zdolność konsumenta do nabywania dóbr zależy od dochodu nominalnego i od cen.

- **Koszyki dóbr** zawierają maksymalną ilość jednego dobra, którą konsument jest w stanie kupić przy danych rozmiarach zakupów drugiego dobra.



- **Koszyk dóbr i usług** – kombinacja wszystkich dóbr i usług nabywanych przez konsumenta w danym czasie.
- W skład koszyka dóbr i usług wchodzi wydatki na:
 - żywność,
 - eksploatację oraz wyposażenie mieszkania,
 - oświatę i wychowanie,
 - kulturę,
 - naprawy,
 - odzież i obuwie,
 - leki,
 - higienę,
 - sport i wypoczynek,
 - transport,
 - inne.

- Grupy rodzajów dóbr:
- 1) wynikających z pracy – jako źródła dochodu (zarobki, kariera, rentier),
- 2) indywidualnych – dających zdrowie fizyczne i psychiczne, zadowolenie i sprawność,
- 3) rynkowych – dóbr i usług nabywanych na rynku,
- 4) rodzinnych – dostępnych dzięki przebywaniu w bliskich relacjach z członkami rodziny oraz innymi emocjonalnie lub uczuciowo bliskimi osobami,
- 5) społecznych – nabywanych poprzez istotne role społeczne, szacunek, władzę lub siłę autorytetu,
- 6) osobistych – twórczych, kulturowych, naukowych lub innych pozwalających na samorealizację



KOSZYK KONSUMENCKI



----- w krajach Partnerstwa Wschodniego -----

UKRAINA



NORMA DZIENNA



276 G
chleba



10 G
makaronów



340 G
mleka



30 G
ryby



66 G
mięsa

MOŁDAWIA



NORMA DZIENNA



260 G
chleba



27.5 G
makaronów



220 G
mleka



39 G
ryby



45 G
mięsa

GRUZJA



NORMA DZIENNA



250 G
chleba



15 G
makaronów



150 G
mleka



40 G
ryby



50 G
mięsa

ARMENIA



NORMA DZIENNA



355 G
chleba



15 G
makaronów



200 G
mleka



30.5 G
ryby



100 G
mięsa

AZERBEJDŻAN



NORMA DZIENNA



245 G
chleba



13 G
makaronów



500 G
mleka



14 G
ryby



80 G
mięsa

BIAŁORUŚ



NORMA DZIENNA



320 G
chleba



18 G
makaronów



180 G
mleka



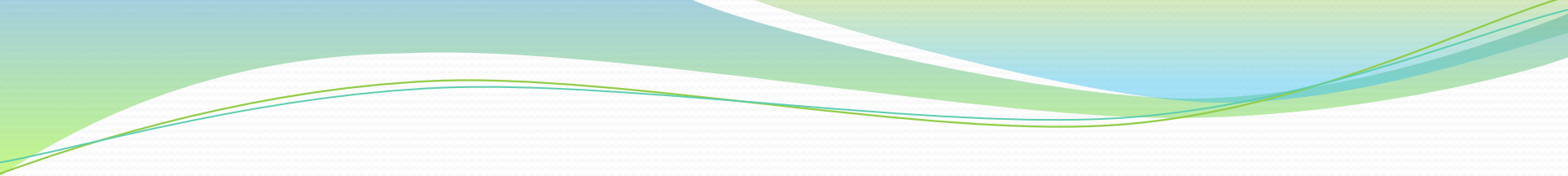
43 G
ryby



82 G
mięsa

2. Gusty konsumenta.

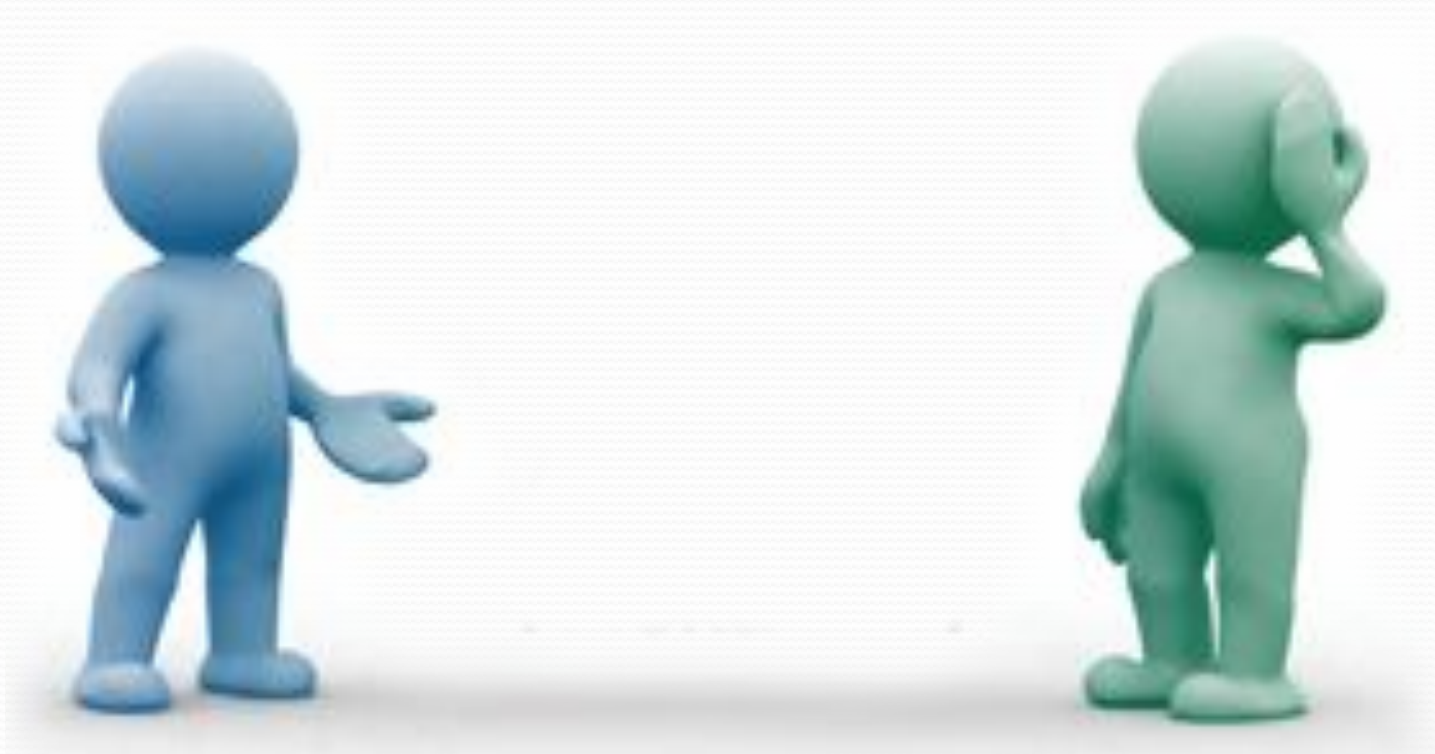




- Wyjaśniając zachowanie konsumenta, ekonomiści często przyjmują upraszczające założenia, które tworzą opis **racjonalności konsumenta**. Po pierwsze, konsument wie o istnieniu wszystkich możliwych do nabycia koszyków dóbr i potrafi je ocenić. Po drugie konsument maksymalizuje swoje zadowolenie, czyli użyteczność zachowując się w sposób spójny wewnętrznie (logiczny). Po trzecie, konsument woli mieć więcej niż mniej i tym właśnie kryterium się kieruje, wybierając konkretny koszyk dóbr .

- świadomość i nastawienie konsumentów można opisać lokalnie i indywidualnie, a ich zachowania są bardziej lub mniej:
 - - świadome lub podświadome,
 - - całościowe albo fragmentaryczne,
 - - twórcze czy rutynowe,
 - - racjonalne albo emocjonalno-uczuciowe,
 - - skonsultowane lub indywidualne,
 - - profesjonalne lub losowe,
 - - analizowane kompleksowo albo impulsywne

3. Decyzje konsumenta.



- Wzrost dochodu konsumenta powoduje zwiększenie się zapotrzebowania na dobra normalne i zmniejszenie się zapotrzebowania na dobro niższego rzędu.

- Wzrost ceny zwykle powoduje spadek zapotrzebowania.

- **Efektom substytucyjnym** zmiany ceny dobra nazywamy zmianę zapotrzebowania na dobra, spowodowaną wyłącznie zmianą relacji cen tych dóbr.

- **Efektom dochodowym** zmiany ceny dobra nazywamy zmianę zapotrzebowania



ią do



© Mike Faris Auto Wholesale LTD / Facebook



Dziękuję za uwagę!