

Анализ потребительского поведения Латвии

Подготовили:
Студенты ЭИ-21
Маликов Ахмед
Консап Марк
Сахаров Денис

В СОСТАВ НЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВХОДЯТ:

- семья и принадлежность к определенной социальной группе;
- тип и мобильность потребителя;
- тип и установки экономического сознания;
- ценности (либеральные, традиционные);
- нормы (мораль, обычаи, религия);
- символы (языки, знаки);
- участие государства в потребительском бюджете;
- социальная политика и идеология государства;
- права потребителей.

В СОСТАВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВХОДЯТ:

- ресурсы потребителя (доход, сбережения, информация, время);
- возможности использования ресурсов потребителя (цена, ожидания, выбор);
- рынки (труда, товаров и услуг, потребительского кредитования).

ДИНАМИКА ЦЕН, ПРОМЫШЛЕННОСТИ, БЕЗРАБОТИЦЫ, УВЕРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЛАТВИИ В ПРОЦЕНТАХ 2000 – 2009 ГОД

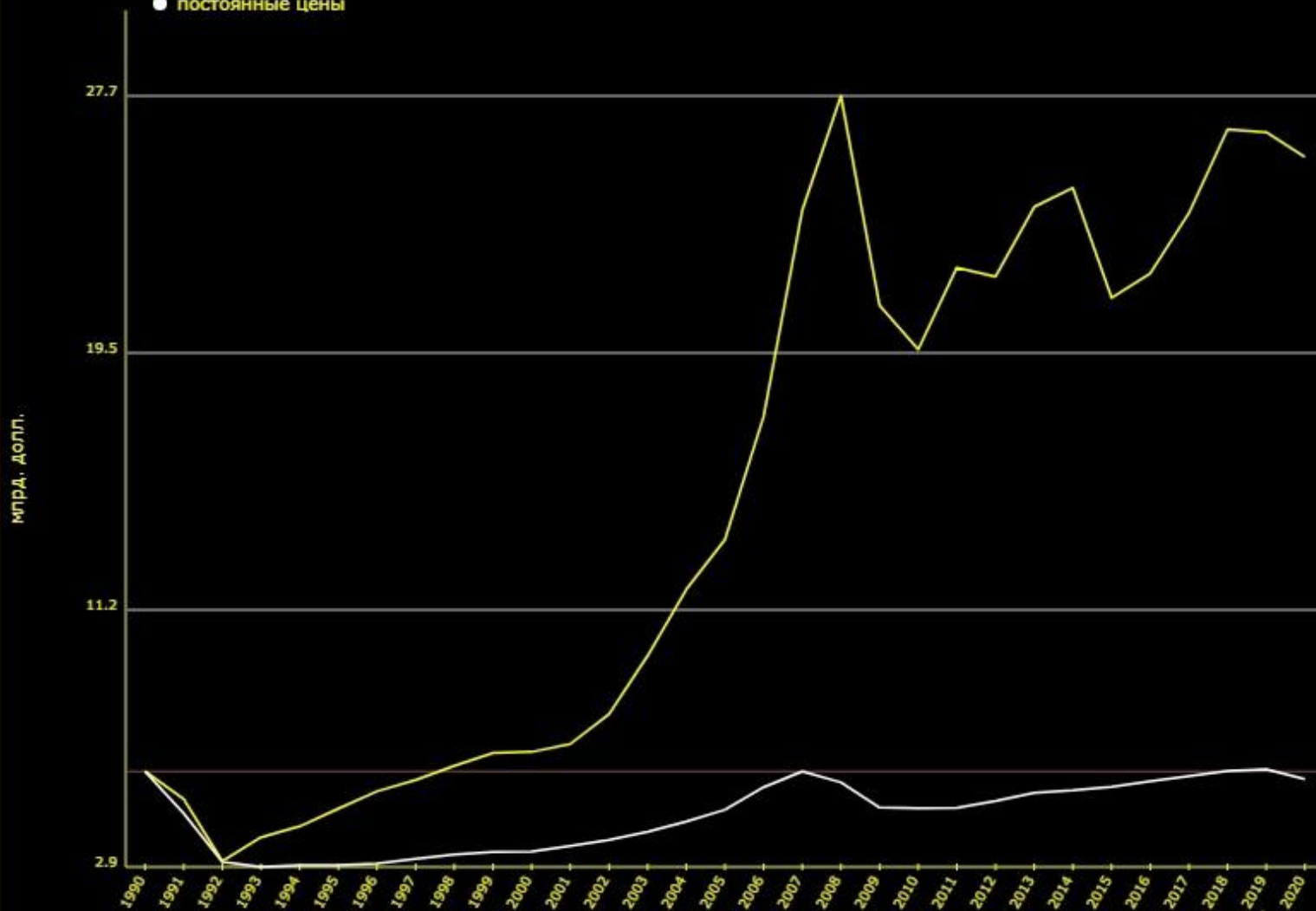
ИЗМЕНЕНИЯ В СТРУКТУРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ, В СРЕДНЕМ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА В ГОД, КГ.

Источник: Новый закон о потребительской корзине

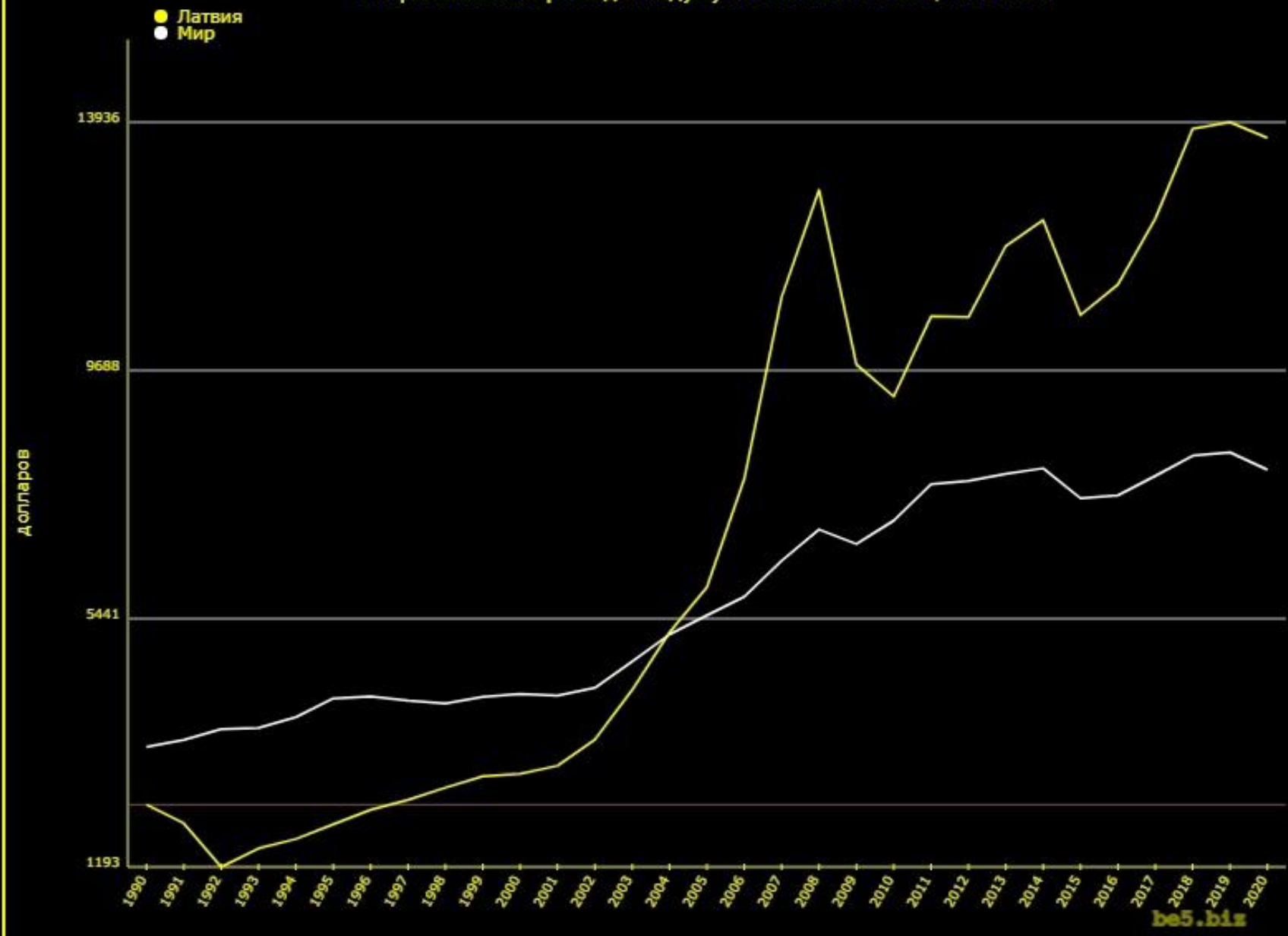


Потребительские расходы Латвии, 1990-2020

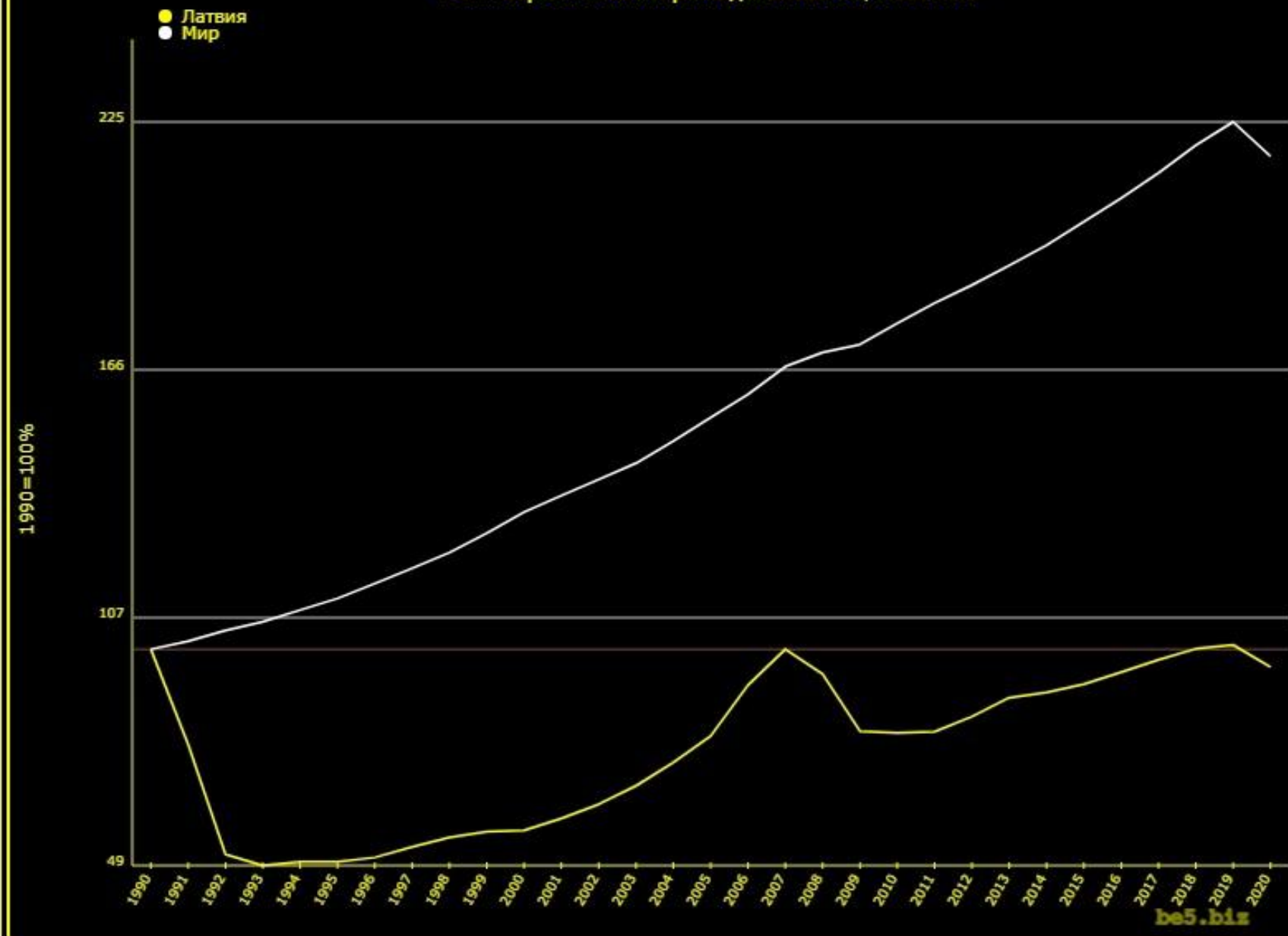
- текущие цены
- постоянные цены



Потребительские расходы на душу населения в Латвии, 1990-2020

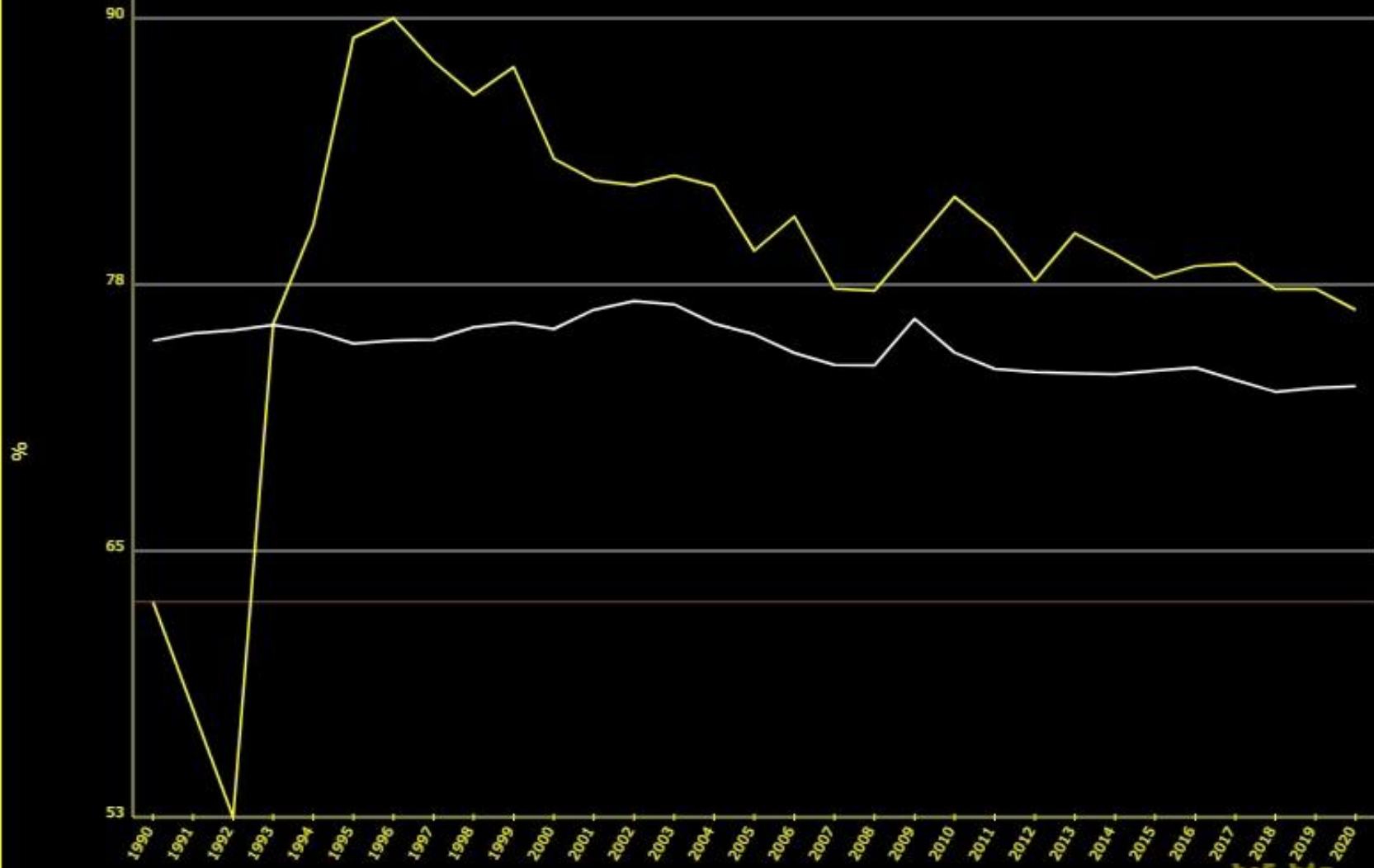


Рост потребительских расходов в Латвии, 1990-2020



Доля потребительских расходов в ВВП Латвии, 1990-2020

● Латвия
● Мир



В целом поведение потребителей сложный и многогранный процесс и ему присущи определённые закономерности. В поведении потребителей Латвии ярко проявляется активный тип потребительского поведения, способствующий образованию высокой задолженности как у потребителей, так и у страны в целом. Стоит подумать над тем, чтобы удержат существующий тип экономического поведения и не превратить его в толерантный или традиционалистический.