Economie H1, Exameneenheid Consumptie   
  
**Primaire behoeften** ook wel **basisbehoeften** genoemd, zijn de belangrijkste dingen die je nodig hebt om te kunnen leven zoals eten en drinken maar ook woonruimte. Daarnaast willen we het leven leuker maken doormiddel van **secundaire behoeften** of **luxe behoeften** zoals uiteten gaan of op vakantie gaan.  
  
Doordat je vaak meer wilt hebben dan je kan betalen moet je **prioriteiten** stellen dat houd in dat je keuzes moet maken. Wat vind je belangrijker eten of drinken of op vakantie gaan?

Een goed is **schaars** als je productiemiddelen moet gebruiken om het te verkrijgen. Voor schaarse producten moet je betalen. Hoe schaarser het product is, hoe duurder het product is. Vraag en aanbod.

Je kunt door **zelfvoorziening** in je behoeften voorzien. In dat geval produceer je zelf wat je nodig hebt of graag wilt hebben.  
  
**Vrije goederen** zijn vrij beschikbaar en daar hoef je niet voor te betalen denk maar aan zon en wind.  
  
Door een **marktonderzoek** te doen, krijgen producenten een beeld van het **consumentengedrag**: Wat koopt de consument, hoeveel geeft hij uit en wat beïnvloedt zijn keuze? Met deze gegevens kunnen producenten zich nog beter richten op hun **doelgroep**, zodat ze meer verkopen  
  
Alles wat een bedrijf doet om producten en diensten zo goed mogelijk te verkopen, noem je **marketing**. Bedrijven gebruiken hiervoor **marketinginstrumenten**. Je noemt ze ook wel de 4P’s.  
**- Productbeleid**: Welke producten zitten in het assortiment? Hoe zien ze eruit? Welke soorten en smaken brengt het bedrijf op de markt?  
**- Prijsbeleid**: Welke prijs krijgt het product? Door korting te geven verkoop je meestal meer. Maar **statusartikelen** moeten juist duur zijn om in de smaak te vallen bij de klant.  
**-Plaatsbeleid**: Waar is het product te koop? Internet of de winkel? Waar staat de winkel?  
**- Promotiebeleid**: Hoe brengt het bedrijf het product onder de aandacht bij klanten? Folders of toch reclame op tv?  
  
**Commerciële reclame** is bedoeld om je te verleiden tot een aankoop  
Commerciële reclame kan je onderverdelen in **informatieve reclame** en **merkreclame.** Bij Informatieve reclame krijg je informatie over de eigenschappen of mogelijkheden van het product. Bij merkreclame gaat het om de naambekendheid te vergroten.  
**Ideële reclame** heeft als doel de mentaliteit en het gedrag van mensen te veranderen. Vaak gaan deze reclames over maatschappelijke problemen.  
  
Reclame kan soms misleidend zijn. Je krijgt dan een verkeerde voorstelling van zaken. Klachten daarover kan je indienen bij **Reclame Code Commissie**Om de consument te helpen zijn er **consumentenorganisaties.** Ze komen op bij de belangen van de consument. Daarvoor geven zij informatie over producten, Bijvoorbeeld door producten met elkaar te vergelijken dat heet een **vergelijkend warenonderzoek**. Ook geven zij informatie over de rechten en plichten als consument.  
  
**Consumer power**: door gezamenlijk op te treden, dwing je als groep de producenten om rekening te houden met de wensen en behoeften van consumenten.  
  
**Wet consumentenkoop:**De consument heeft recht op een deugdelijk product ook bij uitverkoop of als de garantieperiode voorbij is.  
  
**Warenwet:**Verbied de verkoop van levensmiddelen en andere producten die een gevaar vormen voor de gezondheid of veiligheid.  
  
**Wet productaansprakelijkheid:**Als een gebrekkig product schade veroorzaakt aan andere zaken of een persoon, dan is de fabrikant aansprakelijk voor de gevolgschade.  
  
**Colportagewet:**  
Verkopen aan de deur of bij verkoopdemonstraties thuis of tijdens een bus- of bootreis kunnen binnen **8 dagen** schriftelijk ongedaan worden gemaakt als het aankoopbedrag meer is dan **34 euro**.  
  
**Keurmerk**: geeft de consument zekerheid dat het product of de producent aan bepaalde eisen voldoet.  
  
Als je klachten hebt en er met de leverancier niet uitkomt, kun je de klacht voorleggen bij de **geschillencommissie**. Deze commissie doet een uitspraak waar beide partijen zich aan moeten houden.  
  
Als prijzen van goederen en diensten in het algemeen stijgen noemen we dat **Inflatie.** Het tegenovergestelde van inflatie is **deflatie**, daar dalen de prijzen juist.  
  
Door inflatie kun je met hetzelfde geld steeds minder kopen. Het geld wordt dus minder waard. **Koopkracht**= Hoeveel goederen en diensten met je inkomen kan kopen.  
  
Nominaal inkomen: Het inkomen wat je in euro’s verdiend.  
Reëel inkomen: Dan houd je rekening met inflatie.

Als de prijzen stijgen dan laten ze de lonen evenveel stijgen zodat de koopkracht gelijk blijft. Dat noemen ze **prijscompensatie.  
  
Milieubewust gedrag**: In je consumentengedrag houd je rekening met de gevolgen voor het milieu  
  
**Milieukeurmerk**: een keurmerk dat de zekerheid geeft dat een bepaald product beter is voor het milieu dan andere producten.  
  
**Milieuorganisaties**: Instellingen die aandacht vestigen op milieu-problemen of het opkopen voor natuur en milieu door invloed uit te oefenen op de politiek.