

# O B S A H

Ú V O D .....	7
1. <u>SPOTŘEBITELSKÁ POPTÁVKA A SPOTŘEBITELSKÁ TECHNOLOGIE ...</u>	9
1.1 Lancasterův model spotřebitelské technologie .....	9
1.2 Beckerův model alokace spotřebitelského času .....	15
2. <u>ČLOVĚK SHÁNČLIVÝ: HOMO SECTANS .....</u>	26
2.1 Spotřebitelský zisk .....	26
2.2 Homo sectans .....	32
2.3 Inverzní spotřebitelské technologie .....	36
2.4 Hranice nákupních možností .....	39
2.5 Rezignace /exit/ a zadluženost .....	42
2.6 Optimální vyhledávací náklady; časová a důchodová omezenost spotřebitelského rozhodování .....	45
2.7 Spotřebitelské náklady .....	49
3. <u>MĚŘENÍ SPOTŘEBITELSKÉ INFORMOVANOSTI A MĚŘENÍ NEDOSTATKU</u>	57
3.1 Apriorní informace .....	57
3.2 Nákladové měření spotřebitelské informovanosti ....	61
3.3 Nákladové měření spotřebitelského nedostatku .....	63
3.4 Spotřebitelský pocit nedostatku .....	67
4. <u>KOMPARATIVNÍ STATIKA: INFORMAČNÍ A CENOVÁ SPEKULACE NA TRHU NEDOSTATKŮ .....</u>	70
4.1 Exogenní parametry spotřebitelského rozhodování a možné manipulace s nimi .....	70
Z Á V Ě R .....	75
L I T E R A T U R A .....	77
S O U H R N .....	79