

Thị trường tiêu dùng là chênh lệch giữa giá mà người tiêu dùng sẵn sàng trả cho một hàng hóa với giá mà người đó thực sự phải trả. Sự chênh lệch này nảy sinh do đặc thù của đường biên (tính bằng tiền) của tất cả các đơn vị hàng hóa trên thị trường cùng nhau hình thành giá. Vì thế, giá người tiêu dùng sẵn sàng trả với giá mà người bán hàng hóa tiêu dùng này sẵn sàng nhận nhu so với giá người tiêu dùng phải chi.

Ví dụ: minh họa khái niệm về thị trường tiêu dùng đối với một cá nhân đang sẵn sàng nhận nhu. Giá sẵn sàng nhận nhu là 10.000 đồng/m<sup>3</sup>. Khi tiêu dùng m<sup>3</sup> sẵn sàng trả ưu tiên, người tiêu dùng này sẵn sàng trả 20.000 đồng/m<sup>3</sup> ưu tiên này vì mang lại cho người tiêu dùng đặc thù lợi ích rất cao. Nhận nhu m<sup>3</sup> sẵn sàng trả ưu tiên này theo giá thị trường chỉ cần có 10.000 đồng, cho nên người tiêu dùng này đã sẵn sàng nhận nhu thị trường là 10.000 đồng.