

κεφάλαιο 3

ΖΗΤΗΣΗ, ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όταν ολοκληρώσετε τη μελέτη αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση:

- ↳ Να περιγράψετε την έννοια της *ζήτησης* και να εξηγήτε τις μεταβολές της.
- ↳ Να περιγράψετε την έννοια της *προσφοράς* και να εξηγήτε τις μεταβολές της.
- ↳ Να κατανοείτε τον τρόπο αλληλεπίδρασης της ζήτησης και της προσφοράς προκειμένου να καθοριστεί το σημείο ισορροπίας της αγοράς.
- ↳ Να εξηγήτε τον τρόπο που οι μεταβολές στην προσφορά και στη ζήτηση επηρεάζουν την τιμή και την ποσότητα ισορροπίας.
- ↳ Να προσδιορίζετε τις τιμές που ρυθμίζονται από το κράτος και τον τρόπο που μπορούν να δημιουργήσουν πλεονάσματα ή ελλείμματα προϊόντων.

Το υπόδειγμα της προσφοράς και της ζήτησης αποτελεί τη σημαντικότερη συνεισφορά των οικονομολόγων στην κατανόηση του ανθρώπου, καθώς εξηγεί τη λειτουργία της αγοράς από την οποία εξαρτάται σχεδόν οτιδήποτε τρώμε, πίνουμε ή καταναλώνουμε. Πρόκειται για ένα τόσο ισχυρό και ευρέως διαδεδομένο υπόδειγμα που πολλοί το ταυτίζουν με την οικονομική επιστήμη.

Οι αγορές φέρνουν σε επαφή τους αγοραστές (αυτούς που «ζητάνε») και τους πωλητές (αυτούς που «προσφέρουν») και λειτουργούν με διάφορες μορφές. Το βενζινάδικο στη γωνία, η ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου, το κατάστημα πώλησης

CD της γειτονιάς και ο πάγκος του αγρότη στην άκρη του δρόμου αποτελούν τέτοιες αγορές. Το χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης και το χρηματιστήριο παραγώγων του Σικάγο (Chicago Board of Trade) αποτελούν αγορές, όπου οι αγοραστές και οι πωλητές μετοχών, ομολόγων και γεωργικών εμπορευμάτων από όλον τον κόσμο έρχονται σε επαφή και διενεργούν αγοραπωλησίες. Οι δημοπράτες φέρνουν σε επαφή δυνητικούς αγοραστές και πωλητές έργων τέχνης, ζωικού κεφαλαίου, μεταχειρισμένου γεωργικού εξοπλισμού και, ενίοτε, ακίνητης περιουσίας.

Κάποιες αγορές είναι τοπικές, ενώ άλλες είναι εθνικές ή διεθνείς. Κάποιες αγορές ενέχουν έντονα το προσωπικό στοιχείο και απαιτούν τη διαπροσωπική επαφή του αγοραστή με τον πωλητή, ενώ άλλες είναι απρόσωπες και ο αγοραστής με τον πωλητή ούτε συναντιούνται ούτε γνωρίζονται. Ωστόσο, σε όλες τις ανταγωνιστικές αγορές ισχύει η ζήτηση και η προσφορά. Σε αυτό το κεφάλαιο θα συζητηθεί ο τρόπος λειτουργίας του υποδείγματος, προκειμένου να επεξηγηθούν τόσο οι αγοραζόμενες όσο και οι πωλούμενες ποσότητες σε μια αγορά, καθώς και οι τιμές στις οποίες πωλούνται.

Η Ζήτηση

Η **ζήτηση (Demand, D)** είναι μια κλίμακα ή καμπύλη που δείχνει την ποσότητα ενός προϊόντος την οποία θα αγόραζαν οι καταναλωτές σε κάθε πιθανή τιμή κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης περιόδου¹. Ο πίνακας στο Διάγραμμα 3.1 αποτελεί μια υποθετική κλίμακα ζήτησης για έναν *συγκεκριμένο καταναλωτή* που αγοράζει ένα συγκεκριμένο προϊόν, εδώ εσπρέσο. (Για λόγους απλοποίησης θα θεωρήσουμε ότι όλα τα ροφήματα με βάση τον εσπρέσο είναι ροφήματα «εσπρέσο» και θα υποθέσουμε ότι βρισκόμαστε σε μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά.)

Ζήτηση: Η κλίμακα ή καμπύλη που δείχνει την ποσότητα ενός προϊόντος την οποία θα αγόραζαν οι καταναλωτές σε καθεμία από τις πιθανές τιμές κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης περιόδου.

Από τον πίνακα προκύπτει ότι, εάν η τιμή του εσπρέσο ανερχόταν στα €5, ο Joe Java θα αγόραζε 10 εσπρέσο το μήνα, εάν η τιμή ανερχόταν στα €4 θα αγόραζε 20 εσπρέσο το μήνα κ.ο.κ.

Ο πίνακας όμως δεν μας λέει ποια από τις πέντε πιθανές τιμές θα ισχύσει τελικά στην αγορά. Αυτό θα εξαρτηθεί από τη σχέση μεταξύ ζήτησης και προσφοράς. Η ζήτηση αποτελεί απλώς μια δήλωση των προθέσεων του αγοραστή σχετικά με την αγορά του προϊόντος.

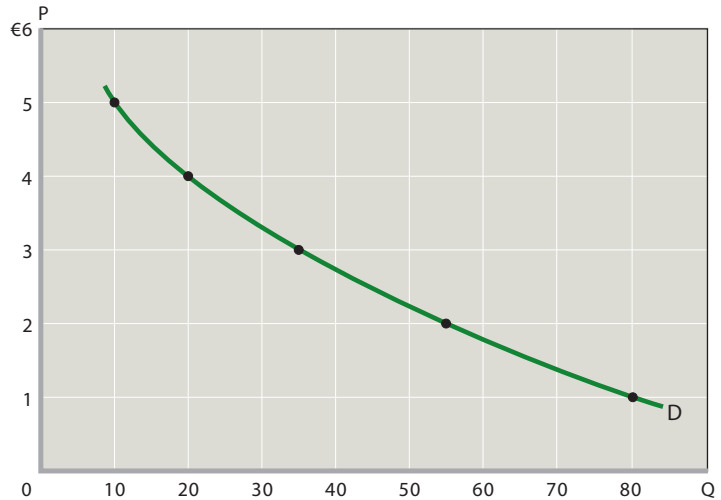
Προκειμένου να έχουν νόημα, οι ζητούμενες ποσότητες σε κάθε επίπεδο τιμής πρέπει να αφορούν συγκεκριμένη χρονική περίοδο· μία ημέρα, μία εβδομάδα, έναν μήνα. Στο παράδειγμά μας η περίοδος είναι 1 μήνας.

Ο νόμος της ζήτησης. Η ακόλουθη πρόταση αποτελεί θεμελιώδες χαρακτηριστικό της ζήτησης: Εάν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι (*ceteris paribus*),

1. Ο ορισμός είναι διατυπωμένος με τρόπο που να ισχύει για αγορές προϊόντων. Προκειμένου να ισχύει για αγορές συντελεστών παραγωγής, αντικαταστήστε τη λέξη «προϊόν» με τη λέξη «συντελεστής παραγωγής» και τη λέξη «καταναλωτής» με τη λέξη «επιχείρηση».

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1: Η Ζήτηση του Joe Java για εσπρέσο. Δεδομένης της αντίστροφης σχέσης που συνδέει την τιμή με τη ζητούμενη ποσότητα, η ατομική κλίμακα ζήτησης απεικονίζεται διαγραμματικά με μια καμπύλη με καθοδική κλίση, όπως η D. Εάν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι, οι καταναλωτές θα αγοράσουν μεγαλύτερη ποσότητα ενός προϊόντος όσο μειώνεται η τιμή του και μικρότερη ποσότητα όσο αυξάνεται η τιμή του. [Στα διαγράμματα, το «P» συμβολίζει την τιμή (Price) και το «Q» τη ζητούμενη ή προσφερόμενη ποσότητα (Quantity).]

Η Ζήτηση του Joe Java για εσπρέσο	
Τιμή ανά εσπρέσο – Ζητούμενη ποσότητα ανά μήνα	Τιμή (ανά εσπρέσο) – Ζητούμενη ποσότητα (εσπρέσο ανά μήνα)
€5	10
4	20
3	35
2	55
1	80



όταν η τιμή ενός αγαθού μειώνεται, αυξάνεται η ζητούμενη ποσότητα, ενώ όταν η τιμή ενός αγαθού αυξάνεται, μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα. Δηλαδή, υπάρχει *αντίστροφη* σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας. Οι οικονομολόγοι ονομάζουν αυτή την αντίστροφη σχέση **νόμο της ζήτησης (law of demand)**.

Η παραδοχή ότι οι υπόλοιποι παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι είναι κρίσιμη, καθώς η αγοραζόμενη ποσότητα εξαρτάται από πολλούς παράγοντες πέραν της τιμής του προϊόντος. Η ποσότητα του εσπρέσο που θα αγοραστεί δεν εξαρτάται μόνο από την τιμή του αλλά και από την τιμή των υποκατάστατων αγαθών, όπως το τσάι, τα αναψυκτικά, οι χυμοί και το εμφιαλωμένο νερό. Σε αυτή την περίπτωση, σύμφωνα με τον νόμο της ζήτησης, η ζητούμενη ποσότητα εσπρέσο θα μειωθεί εάν αυξηθεί η τιμή του, ενώ παραμένουν σταθερές οι τιμές του τσαγιού, των αναψυκτικών, των χυμών και του εμφιαλωμένου νερού.

Ο νόμος της ζήτησης συνάδει τόσο με την κοινή λογική όσο και με την παρατήρηση. Γενικά, τα άτομα συνήθως αγοράζουν μεγαλύτερη ποσότητα ενός προϊόντος σε χαμηλή από ό,τι σε υψηλή τιμή. Η τιμή είναι ένα εμπόδιο το οποίο αποτρέπει τα άτομα από το να αγοράζουν. Όσο μεγαλύτερο είναι αυτό το εμπόδιο, τόσο μικρότερη ποσότητα του προϊόντος θα αγοράσουν. Αντίθετα, όσο μικρότερο είναι το εμπόδιο, τόσο μεγαλύτερη ποσότητα θα αγοράσουν. Το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μειώνουν

νόμος της ζήτησης: Η αρχή σύμφωνα με την οποία, εάν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι, όταν η τιμή ενός αγαθού μειώνεται, αυξάνεται η ζητούμενη ποσότητα, ενώ όταν η τιμή ενός αγαθού αυξάνεται, μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα.

τις τιμές για να απαλλαχθούν από αγαθά τα οποία παραμένουν αδιάθετα αποδεικνύει ότι αποδέχονται τον νόμο της ζήτησης.

Η καμπύλη Ζήτησης. Η αντίστροφη σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας ενός προϊόντος μπορεί να αναπαρασταθεί σε ένα απλό γράφημα, στο οποίο, συμβα-

καμπύλη Ζήτησης: Η καμπύλη που παρουσιάζει την αντίστροφη σχέση μεταξύ της τιμής ενός προϊόντος και της ζητούμενης ποσότητάς του, όταν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι.

τικά, η *ζητούμενη ποσότητα* μετράται στον οριζόντιο άξονα και η *τιμή* στον κάθετο. Στο Διάγραμμα 3.1 φαίνονται σημειωμένα τα πέντε σημεία που προκύπτουν από τα δεδομένα τιμής-ποσότητας του πίνακα. Η καμπύλη που ενώνει τα σημεία και φέρει το γράμμα D είναι η **καμπύλη ζήτησης (demand curve)**. Η αρνητική (καθοδική) κλίση αποτυπώνει τον νόμο της ζήτησης: Τα άτομα αγοράζουν μεγαλύτερη ποσότητα ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας ή ενός συντελεστή παραγωγής όταν μειώνεται

η τιμή του. Αντίθετα, αγοράζουν μικρότερη ποσότητα όταν η τιμή αυξάνεται. Δηλαδή, υπάρχει αντίστροφη σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας.

Ο πίνακας και το Διάγραμμα 3.1 περιλαμβάνουν ακριβώς τα ίδια δεδομένα και αποτυπώνουν την ίδια αντίστροφη σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας.

Αγοραία Ζήτηση. Έως τώρα επικεντρωθήκαμε σε έναν μόνο καταναλωτή, τον Joe Java. Ωστόσο, ο ανταγωνισμός απαιτεί την παρουσία περισσότερων καταναλωτών σε κάθε αγορά. Εάν προσθέσουμε τις ζητούμενες ποσότητες όλων των καταναλωτών για καθεμία πιθανή τιμή, θα περάσουμε από την *ατομική* ζήτηση στην *αγοραία* ζήτηση. Εάν υπάρχουν μόνο τρεις αγοραστές στην αγορά (ο Joe Java, η Sarah Coffee και

προσδιοριστικοί παράγοντες Ζήτησης: Παράγοντες, εκτός της τιμής, οι οποίοι καθορίζουν τη θέση της καμπύλης ζήτησης.

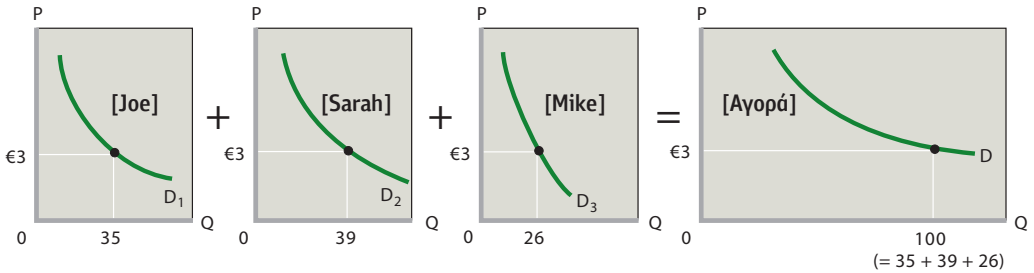
ο Mike Cappuccino), όπως παρουσιάζονται στον πίνακα και στο Διάγραμμα 3.2, είναι σχετικά εύκολο να προσδιοριστεί η συνολική ζητούμενη ποσότητα για κάθε επίπεδο τιμής. Απλώς αθροίζουμε τις ατομικές ζητούμενες ποσότητες για να βρούμε τη συνολική ζητούμενη ποσότητα για κάθε επίπεδο τιμής. Στη

συνέχεια η συγκεκριμένη τιμή και η συνολική ζητούμενη ποσότητα απεικονίζονται ως ένα σημείο επί της αγοραίας καμπύλης ζήτησης στο Διάγραμμα 3.2.

Βέβαια, στον ανταγωνισμό συνήθως δεν υπάρχουν μόνο τρεις αλλά πολλοί περισσότεροι αγοραστές για κάθε προϊόν. Προκειμένου να αποφύγουμε τις εκατοντάδες ή χιλιάδες προσθέσεις, θα υποθέσουμε ότι ο πίνακας και η καμπύλη D_1 του Διαγράμματος 3.3 απεικονίζουν τις συνολικές ποσότητες που θα αγοράσουν οι αγοραστές στη συγκεκριμένη αγορά για καθεμία από τις πέντε τιμές.

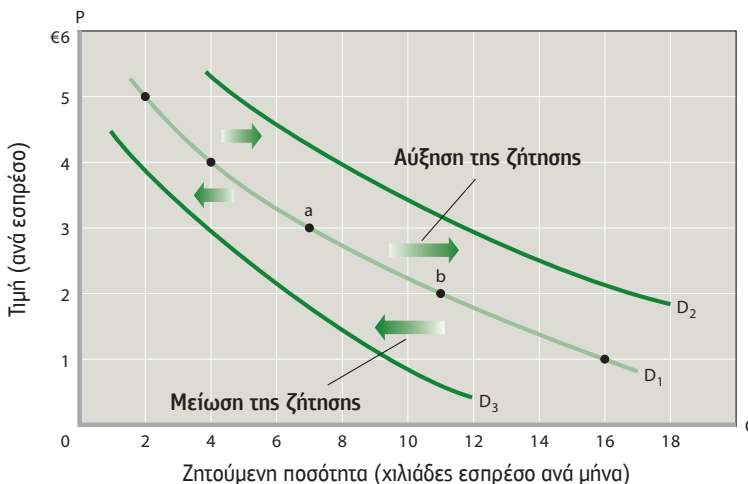
Κατά την κατασκευή μιας καμπύλης ζήτησης, όπως η D_1 στο Διάγραμμα 3.3, οι οικονομολόγοι κάνουν την παραδοχή ότι η τιμή αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει την ποσότητα του προϊόντος που θα αγοραστεί. Ωστόσο, οι οικονομολόγοι γνωρίζουν ότι κι άλλοι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν τις αγορές. Αυτοί οι παράγοντες ονομάζονται **προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης (determinants of demand)** και παραμένουν σταθεροί κατά τον σχεδιασμό μιας καμπύλης ζήτησης όπως η D_1 . Πρόκειται για τους «υπόλοιπους παράγοντες που παραμένουν αμετάβλη-

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2: Αγοραία ζήτηση για εσπρέσο, τρεις αγοραστές. Για να κατασκευάσουμε την αγοραία καμπύλη ζήτησης D , προσθέτουμε οριζόντια τις ατομικές καμπύλες ζήτησης (D_1 , D_2 και D_3) όλων των καταναλωτών της αγοράς. Για παράδειγμα, στην τιμή των €3 η συνολική ζητούμενη ποσότητα που προκύπτει από τις τρεις ατομικές καμπύλες είναι 100 εσπρέσο.



Αγοραία ζήτηση για εσπρέσο, τρεις αγοραστές						
Τιμή ανά εσπρέσο	Ζητούμενη ποσότητα					Συνολική ζητούμενη ποσότητα ανά μήνα
	Joe Java		Sarah Coffee		Mike Cappuccino	
€5	10	+	12	+	8	= 30
4	20	+	23	+	17	= 60
3	35	+	39	+	26	= 100
2	55	+	60	+	39	= 154
1	80	+	87	+	54	= 221

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3: Μεταβολές στη ζήτηση για εσπρέσο. Η μεταβολή ενός ή περισσότερων προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης προκαλεί μεταβολή στη ζήτηση. Η αύξηση της ζήτησης απεικονίζεται ως μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης προς τα δεξιά, όπως από την D_1 στην D_2 . Η μείωση της ζήτησης απεικονίζεται ως μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης προς τα αριστερά, όπως από την D_1 στην D_3 . Οι εν λόγω μεταβολές στη ζήτηση πρέπει να διακρίνονται από τη μεταβολή στη *ζητούμενη ποσότητα*, η οποία προκαλείται από μεταβολή της τιμής του προϊόντος και απεικονίζεται ως μετακίνηση πάνω στην ίδια καμπύλη D_1 , για παράδειγμα από το σημείο a στο σημείο b .



Αγοραία ζήτηση για εσπρέσο (D)	
(1) Τιμή ανά εσπρέσο	(2) Συνολική ζητούμενη ποσότητα ανά μήνα
€5	2.000
4	4.000
3	7.000
2	11.000
1	16.000

του» στη σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας. Όταν μεταβάλλεται οποιοσδήποτε προσδιοριστικός παράγοντας, η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται προς τα δεξιά ή προς τα αριστερά. Γι' αυτόν τον λόγο, οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης αποκαλούνται μερικές φορές παράγοντες που μετατοπίζουν την καμπύλη ζήτησης.

Οι βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης είναι: 1) οι προτιμήσεις των καταναλωτών, 2) ο αριθμός των καταναλωτών σε μια αγορά, 3) το εισόδημα των καταναλωτών, 4) οι τιμές των άλλων αγαθών και 5) οι προσδοκώμενες τιμές.

Μεταβολές στη ζήτηση. Η μεταβολή ενός ή περισσότερων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης θα μεταβάλλει τα δεδομένα της ζήτησης (την κλίμακα ζήτησης που παρουσιάζεται στον πίνακα) και κατ' επέκταση τη θέση της καμπύλης ζήτησης στο Διάγραμμα 3.3. Η μεταβολή της κλίμακας της ζήτησης ή, γραφικά, η μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης ονομάζεται *μεταβολή στη ζήτηση*.

Εάν οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράσουν περισσότερους εσπρέσο σε κάθε επίπεδο τιμής, αυτή η *αύξηση της ζήτησης* απεικονίζεται ως μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης προς τα δεξιά, για παράδειγμα από την D_1 στην D_2 . Αντίστροφα, όταν οι

κανονικό αγαθό: Το αγαθό (ή υπηρεσία) του οποίου η κατανάλωση αυξάνεται όταν αυξάνεται το εισόδημα και μειώνεται όταν μειώνεται το εισόδημα.

καταναλωτές αγοράζουν λιγότερους εσπρέσο σε κάθε επίπεδο τιμής, έχουμε *μείωση της ζήτησης*. Η μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης προς τα αριστερά, από την D_1 στην D_3 (Διάγραμμα 3.3), απεικονίζει αυτή την κατάσταση.

Ας δούμε όμως πώς επηρεάζουν τη ζήτηση οι μεταβολές σε κάθε προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης.

κατώτερο αγαθό: Το αγαθό (ή υπηρεσία) του οποίου η κατανάλωση μειώνεται όταν αυξάνεται το εισόδημα και αυξάνεται όταν μειώνεται το εισόδημα.

Προτιμήσεις. Εάν οι προτιμήσεις των καταναλωτών μεταβληθούν ευνοϊκά για ένα προϊόν, τότε θα ζητείται μεγαλύτερη ποσότητα σε κάθε επίπεδο τιμής. Η ζήτηση θα αυξηθεί και η καμπύλη ζήτησης θα μετατοπιστεί προς τα δεξιά. Για παράδειγμα, η αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος έχει αυξήσει τη ζήτηση για υβριδικά αυτοκίνητα και άλλες πράσινες τεχνολογίες.

Εάν η μεταβολή στις προτιμήσεις είναι μη ευνοϊκή για κάποιο προϊόν, η ζήτηση θα μειωθεί και η καμπύλη ζήτησης θα μετατοπιστεί προς τα αριστερά. Για παράδειγμα, η πρόσφατη δημοτικότητα της δίαιτας με χαμηλούς υδατάνθρακες έχει μειώσει τη ζήτηση για ψωμί και ζυμαρικά.

Αριθμός καταναλωτών. Εάν αυξηθεί ο αριθμός των καταναλωτών σε μια αγορά, τότε αυξάνεται η ζήτηση του προϊόντος. Για παράδειγμα, η αύξηση του αριθμού των ηλικιωμένων τα τελευταία χρόνια έχει οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης για τροχόσπιτα και οικισμούς συνταξιούχων. Αντίθετα, η μετανάστευση ατόμων από πολλές μικρές επαρχιακές πόλεις έχει οδηγήσει στη μείωση της ζήτησης για στέγη, οικιακές συσκευές και συνεργεία αυτοκινήτων σε αυτές τις πόλεις.

Εισόδημα. Οι επιπτώσεις των μεταβολών του εισοδήματος στη ζήτηση είναι πιο σύνθετες. Στα περισσότερα προϊόντα η αύξηση του εισοδήματος αυξάνει τη ζήτηση. Συνολικά, οι καταναλωτές αγοράζουν περισσότερα αεροπορικά εισιτήρια, τηλεοράσεις LCD και ψησταριές υγραερίου όταν αυξάνεται το εισόδημά τους. Τα προϊόντα

των οποίων η ζήτηση αυξάνεται ή μειώνεται *ανάλογα* με τις μεταβολές του εισοδήματος ονομάζονται *ανώτερα* ή **κανονικά αγαθά (normal goods)**.

Αν και τα περισσότερα προϊόντα αποτελούν κανονικά αγαθά, υπάρχουν μερικές εξαιρέσεις. Όταν το εισόδημα αυξάνεται πέρα από κάποιο όριο, η ζήτηση για μεταχειρισμένα ρούχα, αναγομωμένα ελαστικά και χάμπουργκερ με σόγια μπορεί να μειωθεί. Το υψηλότερο εισόδημα επιτρέπει στους καταναλωτές να αγοράσουν καινούργια ρούχα, καινούργια ελαστικά και υψηλότερης ποιότητας κρέας. Τα αγαθά των οποίων η ζήτηση αυξάνεται ή μειώνεται *αντιστρόφως ανάλογα* με το χρηματικό εισόδημα ονομάζονται **κατώτερα αγαθά (inferior goods)**. (Πρόκειται για οικονομικό όρο και όχι για χαρακτηρισμό επί συγκεκριμένων προϊόντων.)

Τιμές των άλλων αγαθών. Η μεταβολή στην τιμή ενός άλλου συναφούς αγαθού μπορεί να αυξήσει ή να μειώσει την τιμή ενός προϊόντος, αναλόγως του εάν πρόκειται για συμπληρωματικό ή υποκατάστατο αγαθό:

- **Υποκατάστατο αγαθό (substitute good)** είναι αυτό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί στη θέση κάποιου άλλου αγαθού.
- **Συμπληρωματικό αγαθό (complementary good)** είναι αυτό που χρησιμοποιείται μαζί με κάποιο άλλο αγαθό.

Το μοσχάρι και το κοτόπουλο είναι υποκατάστατα αγαθά ή απλώς *υποκατάστατα*. Όταν δύο προϊόντα είναι υποκατάστατα, η αύξηση της τιμής του ενός θα αυξήσει τη ζήτηση του άλλου. Για παράδειγμα, όταν αυξάνεται η τιμή του μοσχαριού, οι καταναλωτές θα αγοράσουν λιγότερο μοσχάρι και θα αυξήσουν τη ζήτηση για κοτόπουλο. Το ίδιο ισχύει και στα άλλα ζεύγη προϊόντων, όπως τα παπούτσια Nike και Reebok, η

υποκατάστατο αγαθό: Το αγαθό (ή υπηρεσία) που μπορεί να χρησιμοποιηθεί στη θέση κάποιου άλλου αγαθού (ή υπηρεσίας).

συμπληρωματικό αγαθό: Το αγαθό (ή υπηρεσία) που χρησιμοποιείται μαζί με κάποιο άλλο αγαθό (ή υπηρεσία).



ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ. Κανονικά και κατώτερα αγαθά

Οι τηλεοράσεις νέας τεχνολογίας είναι κανονικά αγαθά. Τα άτομα αγοράζουν περισσότερες όταν αυξάνεται το εισόδημά τους. Οι χειροκίνητες μηχανές γκαζόν είναι κατώτερα αγαθά. Όταν το εισόδημα αυξάνεται, τα άτομα προτιμούν να αγοράζουν μηχανοκίνητες μηχανές γκαζόν.



ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ.
Υποκατάστατα και συμπληρωματικά αγαθά

Οι διαφορετικές μάρκες αναψυκτικών αποτελούν υποκατάστατα αγαθά. Τα αγαθά που καταναλώνονται μαζί, όπως το χοιρινό ντογκ και η μουστάρδα, αποτελούν συμπληρωματικά αγαθά.

μπύρα Budweiser και η Fischer ή οι οδοντόκρεμες Colgate και Crest. Πρόκειται για υποκατάστατα στην κατανάλωση προϊόντα.

Τα συμπληρωματικά αγαθά (ή απλώς συμπληρωματικά) είναι προϊόντα τα οποία χρησιμοποιούνται μαζί και επομένως συνήθως ζητούνται μαζί. Για παράδειγμα οι υπολογιστές και το λογισμικό, τα κινητά τηλέφωνα και οι υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, τα πέδιλα του σκι και τα εισιτήρια για το χιονοδρομικό κέντρο. Εάν η τιμή ενός συμπληρωματικού αγαθού (για παράδειγμα του μαρουλιού) αυξηθεί, η ζήτηση για το συναφές αγαθό (σάλτσα για τη σαλάτα) θα μειωθεί. Αντίστροφα, εάν η τιμή ενός συμπληρωματικού αγαθού (για παράδειγμα των διδάκτρων) μειωθεί, η ζήτηση για το συναφές αγαθό (διδασκτικά βιβλία) θα αυξηθεί.

Η μεγάλη πλειοψηφία των αγαθών που δεν σχετίζονται μεταξύ τους ονομάζονται ανεξάρτητα αγαθά. Δεν υπάρχει καμία σχέση ζήτησης που να συνδέει το μπέικον με τα μπαλάκια του γκολφ ή τις πίκλες με το παγωτό. Η μεταβολή της τιμής του ενός δεν έχει καμία επίδραση στη ζήτηση του άλλου.

Προσδοκώμενες τιμές. Οι μεταβολές στα προσδοκώμενα επίπεδα τιμών μπορούν να μετατοπίσουν τη ζήτηση. Εάν υπάρξει προσδοκία για αύξηση της τιμής στο μέλλον, οι καταναλωτές πιθανόν να αγοράσουν σήμερα προκειμένου να αποφύγουν την αναμενόμενη αύξηση της τιμής, με αποτέλεσμα να υπάρξει αύξηση της τρέχουσας ζήτησης. Για παράδειγμα, εάν ο παγετός καταστρέψει μεγάλο μέρος των φυτειών καφέ στη Βραζιλία, οι αγοραστές ίσως συμπεράνουν ότι θα αυξηθεί η τιμή των κόκκων καφέ. Έτσι, ίσως αποφασίσουν να αγοράσουν μεγαλύτερες ποσότητες σήμερα, προκειμένου να δημιουργήσουν απόθεμα. Αντίθετα, εάν υπάρξει προσδοκία για μείωση της τιμής, ενδέχεται να μειωθεί η ζήτηση για τα προϊόντα αυτά.

Μεταβολές στη ζητούμενη ποσότητα. Δεν πρέπει ποτέ να συγχέουμε τη μεταβολή στη ζήτηση με τη μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα. Η μεταβολή στη ζήτηση (**change in demand**) μετατοπίζει ολόκληρη την καμπύλη ζήτησης προς τα δεξιά (αύξηση ζήτησης) ή προς τα αριστερά (μείωση ζήτησης). Συμβαίνει επειδή έχει αλλάξει η άποψη του καταναλωτή σχετικά με την αγορά του προϊόντος ως αποτέλεσμα της μεταβολής ενός ή περισσότερων προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης. Θυμηθείτε ότι η «ζήτηση»

είναι μια κλίμακα ή καμπύλη. Επομένως, ως «μεταβολή στη ζήτηση» νοείται η μεταβολή της κλίμακας και η μετατόπιση της καμπύλης.

Αντίθετα, η **μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα (change in quantity demanded)** είναι μια μετακίνηση από ένα σημείο σε ένα άλλο –από έναν συνδυασμό τιμής-ποσότητας σε έναν άλλον– πάνω στην ίδια καμπύλη ζήτησης. Η αιτία αυτής της μεταβολής εντοπίζεται στην αύξηση ή μείωση της τιμής τού υπό εξέταση προϊόντος. Για παράδειγμα, στον πίνακα του Διαγράμματος 3.3, εάν μειωθεί η τιμή του εσπρέσο από τα €5 στα €4, η ζητούμενη ποσότητα εσπρέσο θα αυξηθεί από τις 2.000 στις 4.000 μονάδες.

Στο Διάγραμμα 3.3 η μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης D_1 είτε στην D_2 είτε στην D_3 απεικονίζει μεταβολή στη ζήτηση. Όμως, η μετακίνηση από το σημείο *a* στο σημείο *b* επί της καμπύλης D_1 απεικονίζει μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα: Η ζήτηση δεν έχει μεταβληθεί. Απεικονίζεται από ολόκληρη την καμπύλη και παραμένει σταθερή στην ίδια θέση.

Προσφορά

Η **προσφορά (Supply, S)** είναι μια κλίμακα ή καμπύλη που απεικονίζει τις ποσότητες προϊόντος τις οποίες οι παραγωγοί θα διαθέσουν προς πώληση σε καθεμία από τις πιθανές τιμές κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης περιόδου². Ο πίνακας στο Διάγραμμα 3.4 είναι μια υποθετική κλίμακα προσφοράς για έναν προμηθευτή εσπρέσο, τον Star Buck. Η καμπύλη *S* ενσωματώνει τα δεδομένα του πίνακα και ονομάζεται *καμπύλη προσφοράς*. Η κλίμακα και η καμπύλη δείχνουν τις ποσότητες του εσπρέσο που θα προσφερθούν στα διάφορα επίπεδα τιμών εάν όλοι οι άλλοι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι.

Νόμος της προσφοράς. Στο Διάγραμμα 3.4 φαίνεται η θετική ή αναλογική σχέση που συνδέει την τιμή με την προσφερόμενη ποσότητα. Όταν αυξάνεται η τιμή, αυξάνεται και η προσφερόμενη ποσότητα. Όταν μειώνεται η τιμή, μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα. Αυτή η σχέση ονομάζεται **νόμος της προσφοράς (law of supply)**. Από την κλίμακα ή την καμπύλη προσφοράς προκύπτει ότι, εάν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι, οι επιχειρήσεις θα προσφέρουν μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντος προς πώληση όταν η τιμή είναι υψηλή σε σχέση με όταν η τιμή είναι χαμηλή. Αυτό και πάλι είναι κοινή λογική.

μεταβολή στη ζήτηση:

Μεταβολή της ζητούμενης ποσότητας για όλα τα επίπεδα τιμών. Μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης προς τα αριστερά ή προς τα δεξιά.

μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα:

Μετακίνηση από ένα σημείο σε ένα άλλο σημείο επί της ίδιας καμπύλης ζήτησης.

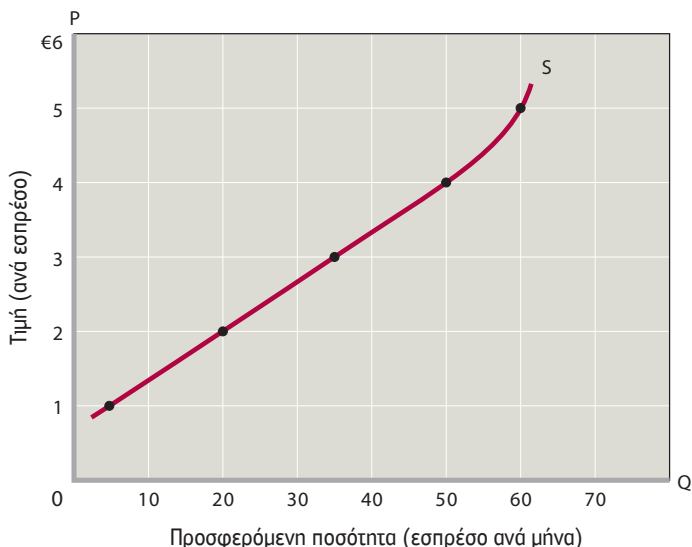
προσφορά:

Η κλίμακα ή καμπύλη που απεικονίζει τις ποσότητες προϊόντος τις οποίες οι παραγωγοί είναι διατεθειμένοι να διαθέσουν προς πώληση σε καθεμία από τις πιθανές τιμές κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης περιόδου.

2. Ο ορισμός είναι διατυπωμένος με τρόπο που να ισχύει για τις αγορές προϊόντων. Προκειμένου να ισχύει για τις αγορές παραγωγικών πόρων, αντικαταστήστε τη λέξη «προϊόν» με τη λέξη «παραγωγικός πόρος» και τη λέξη «παραγωγός» με τη λέξη «ιδιοκτήτης».

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4: Προσφορά εσπρέσο από τον Star Buck. Δεδομένης της αναλογικής σχέσης που συνδέει την τιμή με την προσφερόμενη ποσότητα, η καμπύλη προσφοράς ενός παραγωγού απεικονίζεται διαγραμματικά με μια καμπύλη με θετική (ανοδική) κλίση. Εάν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι, οι παραγωγοί θα προσφέρουν μεγαλύτερη ποσότητα ενός προϊόντος όσο αυξάνεται η τιμή του και μικρότερη όσο μειώνεται η τιμή του.

Προσφορά εσπρέσο από τον Star Buck	
Τιμή ανά εσπρέσο	Προσφερόμενη ποσότητα ανά μήνα
€5	60
4	50
3	35
2	20
1	5



νόμος της προσφοράς:

Η αρχή σύμφωνα με την οποία, εάν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι, όταν η τιμή ενός αγαθού αυξάνεται, αυξάνεται η προσφερόμενη ποσότητα, ενώ όταν η τιμή ενός αγαθού μειώνεται, μειώνεται η προσφερόμενη ποσότητα.

Η τιμή αποτελεί εμπόδιο από την πλευρά του καταναλωτή (για παράδειγμα του Joe Java) ο οποίος πρέπει να πληρώσει. Όσο υψηλότερη είναι η τιμή, τόσο μικρότερη ποσότητα θα αγοράσει ο καταναλωτής. Όμως, ο προμηθευτής (για παράδειγμα ο Star Buck) βλέπει την τιμή του προϊόντος από την πλευρά της είσπραξης χρημάτων. Για τον προμηθευτή η τιμή αντιπροσωπεύει έσοδο, το οποίο χρειάζεται για να καλύψει το κόστος του και να έχει κέρδος. Ως εκ τούτου, οι υψηλότερες τιμές δημιουργούν κίνητρο για αύξηση της παραγωγής και της πωλούμενης ποσότητας ενός προϊόντος με στόχο το κέρδος.

Όσο υψηλότερη είναι η τιμή, τόσο μεγαλύτερο είναι αυτό το κίνητρο καθώς και η προσφερόμενη ποσότητα.

Αγοραία προσφορά. Η αγοραία προσφορά προκύπτει από την ατομική προσφορά ακριβώς όπως η αγοραία ζήτηση προκύπτει από την ατομική ζήτηση (Διάγραμμα 3.2). Προσθέτουμε (δεν εμφανίζονται) τις προσφερόμενες ποσότητες κάθε παραγωγού για κάθε επίπεδο τιμής. Δηλαδή βρίσκουμε την **καμπύλη προσφοράς (supply curve)** «αθροίζοντας οριζόντια» (επίσης δεν εμφανίζονται) τις καμπύλες προσφοράς των επιμέρους παραγωγών. Τα δεδομένα τιμής και προσφερόμενης ποσότητας στον πίνακα του Διαγράμματος 3.5 αφορούν 200 υποθετικούς, πανομοιότυπους παραγωγούς της αγοράς, ο καθένας εκ των οποίων είναι διατεθειμένος να προσφέρει εσπρέσο σύμφω-