



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Ενότητα #3: ΟΙ ΑΓΟΡΑΙΕΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗΣ

Διδάσκων: Μανασάκης Κωνσταντίνος
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

Τα κείμενα και τα διαγράμματα της παρουσίασης έχουν ληφθεί από το σύγγραμμα:

Gregory Mankiw, Mark Taylor: Αρχές Οικονομικής Θεωρίας, Με αναφορά στις Ευρωπαϊκές Οικονομίες. Μετάφραση: Ανδριάννα Σακκά, Επιμέλεια: Θεόδωρος Λιανός. Copyright © 2011 Εκδόσεις GUTENBERG.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται στην άδεια χρήσης Creative Commons και ειδικότερα

*Αναφορά – Μη εμπορική Χρήση – Όχι Παράγωγο Έργο 3.0 Ελλάδα
(Attribution – Non Commercial – Non-derivatives 3.0 Greece)*



CC BY-NC-ND 3.0 GR

[ή επιλογή ενός άλλου από τους έξι συνδυασμούς]

[και αντικατάσταση λογότυπου άδειας όπου αυτό έχει μπει (σελ. 1, σελ. 2 και τελευταία)]

- Εξαιρείται από την ως άνω άδεια υλικό που περιλαμβάνεται στις διαφάνειες του μαθήματος, και υπόκειται σε άλλου τύπου άδεια χρήσης. Η άδεια χρήσης στην οποία υπόκειται το υλικό αυτό αναφέρεται ρητώς.

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Κρήτης**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Αγορές και Ανταγωνισμός

Αγορά είναι μια ομάδα αγοραστών και πωλητών ενός συγκεκριμένου αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Οι **αγοραστές** ως ομάδα **καθορίζουν τη ζήτηση** του προϊόντος, ενώ οι **πωλητές** ως ομάδα **καθορίζουν την προσφορά** του προϊόντος.

Οι αγορές παίρνουν πολλές μορφές. Μερικές αγορές είναι εξαιρετικά οργανωμένες, όπως είναι οι αγορές πολλών αγροτικών προϊόντων. Στις αγορές αυτές οι αγοραστές και οι πωλητές συναντώνται σε μια καθορισμένη στιγμή σε έναν συγκεκριμένο τόπο, όπου ένας «δημοπράτης» βοηθά να οριστούν οι τιμές και να διεκπεραιωθούν οι αγοραπωλησίες.

Αγορές και Ανταγωνισμός

- Η αγορά του παγωτού είναι πολύ ανταγωνιστική.
Ανταγωνιστική αγορά (competitive market) είναι μια αγορά στην οποία υπάρχουν πολλοί αγοραστές και πολλοί πωλητές, ώστε η επίδραση που ασκεί καθένας από αυτούς στην τιμή αγοράς να είναι αμελητέα. Κάθε πωλητής έχει περιορισμένο έλεγχο στην τιμή, επειδή και άλλοι πωλητές προσφέρουν στους καταναλωτές παρόμοια προϊόντα. Ομοίως, κανένας αγοραστής παγωτού δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή του παγωτού, επειδή αγοράζει μόνο μια πολύ μικρή ποσότητα.

Αγορές και Ανταγωνισμός

Ως **τέλεια ανταγωνιστικές** ορίζουμε τις **αγορές** που έχουν δυο βασικά χαρακτηριστικά:

1. τα αγαθά που προσφέρονται προς πώληση είναι όλα όμοια και
2. οι αγοραστές και πωλητές είναι τόσο πολυάριθμοι, ώστε κανένας αγοραστής ή πωλητής δεν μπορεί μόνος του να επηρεάσει την τιμή αγοράς.

Υπάρχουν αγορές για τις οποίες ισχύει απόλυτα η **υπόθεση του τέλειου ανταγωνισμού**. Η αγορά του σίτου για παράδειγμα.

Ωστόσο, για πολλά αγαθά και ανάλογες υπηρεσίες οι αγορές δεν είναι τέλεια ανταγωνιστικές. Μερικές αγορές έχουν μόνο έναν πωλητή, και ο πωλητής αυτός ορίζει την τιμή. Μια τέτοια εταιρεία αποκαλείται **μονοπώλιο**.

Αγορές και Ανταγωνισμός

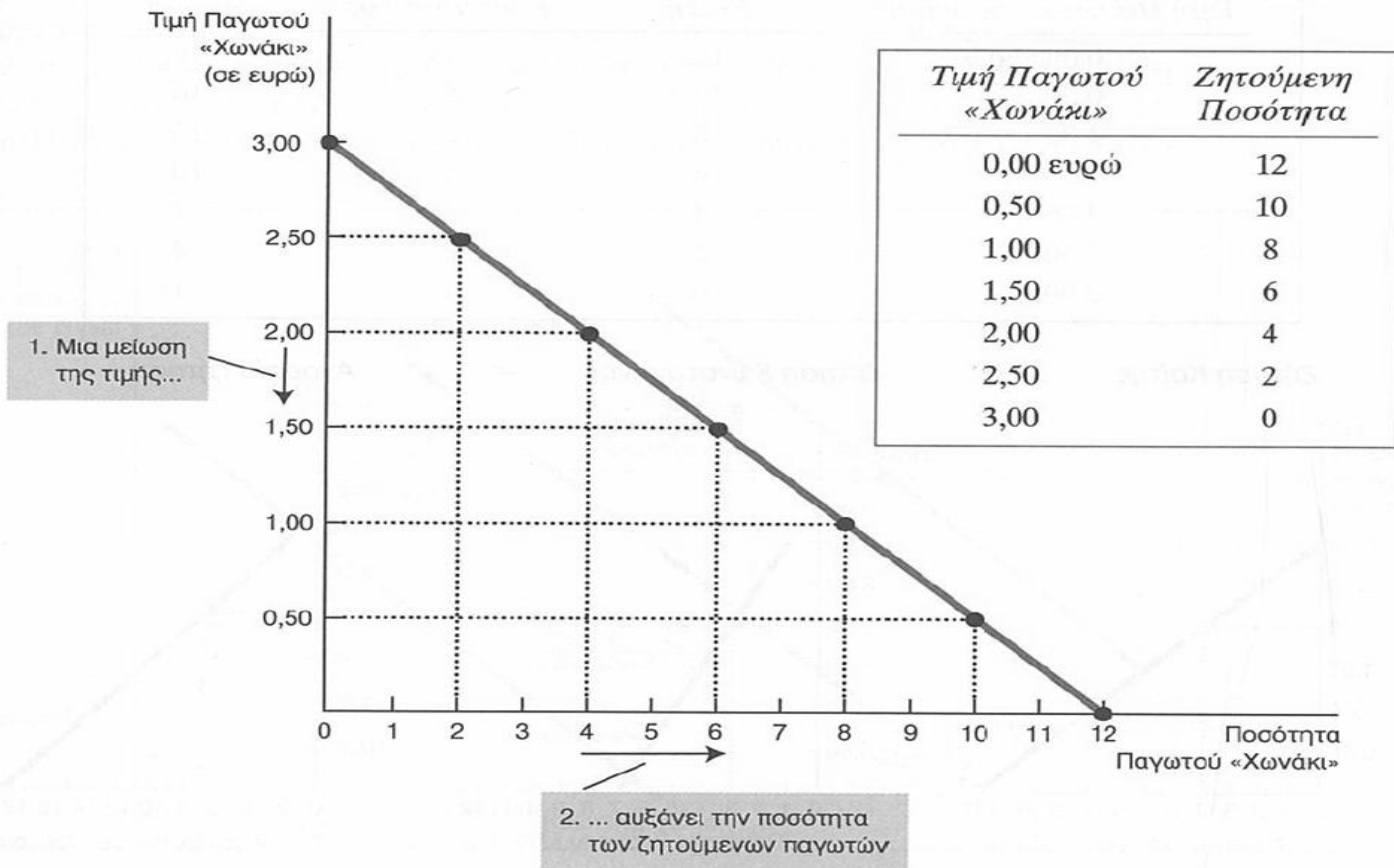
Μερικές αγορές έχουν ελάχιστους μόνο πωλητές, και οι πωλητές αυτοί δεν ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλο πάντοτε επιθετικά. Το είδος αυτό της αγοράς ονομάζεται **ολιγοπώλιο. Ορισμένες αεροπορικές γραμμές είναι ολιγοπώλια. Αν η γραμμή μεταξύ δυο πόλεων εξυπηρετείται από μόνο δυο ή τρεις εταιρείες, οι αερομεταφορείς θα προσπαθήσουν να αποφύγουν το σκληρό ανταγωνισμό για να κρατήσουν σε υψηλό επίπεδο τις τιμές.**

Μερικές αγορές περιλαμβάνουν πολλούς πωλητές που προσφέρουν λίγο διαφοροποιημένα προϊόντα. Επειδή τα προϊόντα των επιχειρήσεων του κλάδου δεν είναι τα ίδια, κάθε πωλητής έχει, σε κάποια όρια, την ικανότητα να ορίζει την τιμή του προϊόντος του. Μια τέτοια αγορά ονομάζεται **μονοπωλιακός ανταγωνισμός. Παράδειγμα αγοράς μονοπωλιακού ανταγωνισμού είναι η αγορά των περιοδικών.**

Καμπύλη Ζήτησης: Η σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας

Η **ζητούμενη ποσότητα** ενός αγαθού είναι η ποσότητα του αγαθού την οποία οι αγοραστές θέλουν και μπορούν να αγοράσουν. Επειδή η ζητούμενη ποσότητα μειώνεται όταν ανεβαίνει η τιμή και αυξάνεται όταν η τιμή του μειώνεται, θα πούμε ότι η ζητούμενη ποσότητα **συνδέεται αρνητικά με την τιμή**. Η σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας είναι τόσο γενική ώστε οι οικονομολόγοι την ονομάζουν **νόμο της ζήτησης**.

Η κατερχόμενη γραμμή, που συσχετίζει την τιμή με τη ζητούμενη ποσότητα, ονομάζεται **καμπύλη ζήτησης**.



⇒ Η κλίμακα ζήτησης παρουσιάζει τη ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή. Η καμπύλη ζήτησης της Καίτης, που εκφράζει την πιο πάνω κλίμακα ζήτησης 4.1, δείχνει πώς μεταβάλλεται η ζητούμενη ποσότητα παγωτού όταν μεταβάλλεται η τιμή του. Επειδή η χαμηλότερη τιμή τείνει να αυξήσει τη ζητούμενη ποσότητα, η καμπύλη ζήτησης έχει αρνητική κλίση (προς τα κάτω και δεξιά).

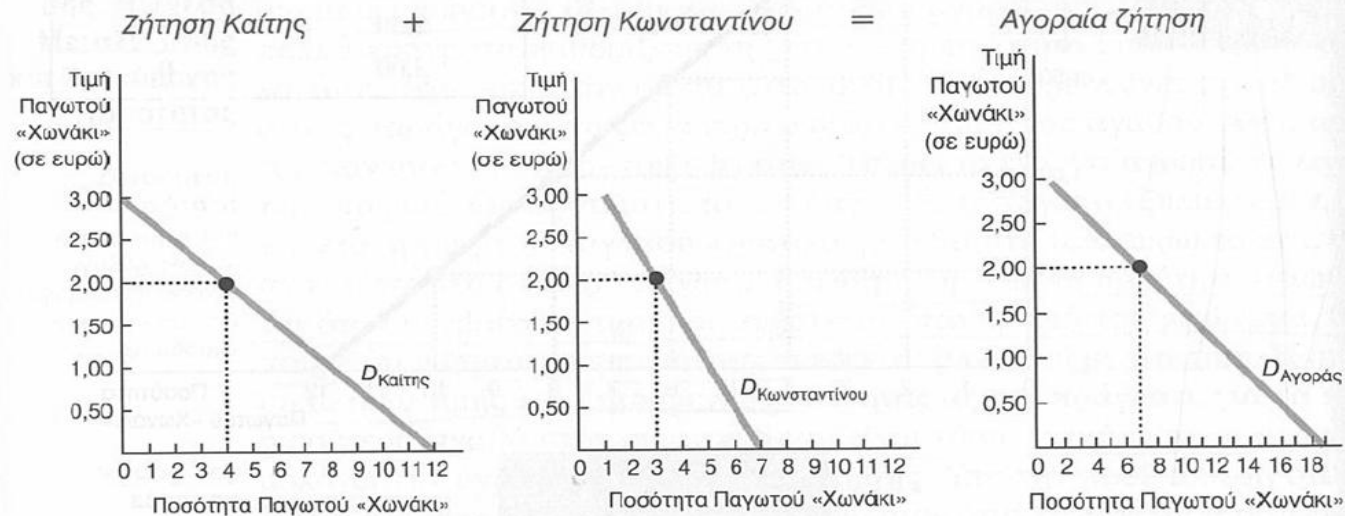
ΣΧΗΜΑ 4.1 Η Κλίμακα Ζήτησης της Καίτης και η Καμπύλη Ζήτησης

Αγοραία ζήτηση έναντι Ατομικής ζήτησης

Για να αναλύσουμε πώς λειτουργούν οι αγορές, είναι ανάγκη να προσδιορίσουμε την **αγοραία ζήτηση**, που είναι το άθροισμα όλων των ατομικών ζητήσεων για ένα συγκεκριμένο αγαθό ή μια υπηρεσία.

Για να βρούμε τη συνολικά ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, προσθέτουμε τις ατομικές ποσότητες που βρίσκουμε στον οριζόντιο άξονα των ατομικών καμπυλών ζήτησης. Η αγοραία καμπύλη ζήτησης δείχνει πώς μεταβάλλεται η συνολικά ζητούμενη ποσότητα από ένα αγαθό, όταν μεταβάλλεται η τιμή του αγαθού.

Τιμή Παγωτού «Χωνάκι»	Καίτη	Κωνσταντίνος	Αγορά
0,00 ευρώ	12	7	= 19
0,50	10	6	= 16
1,00	8	5	= 13
1,50	6	4	= 10
2,00	4	3	= 7
2,50	2	2	= 4
3,00	0	1	= 1



⇒ Η ζητούμενη ποσότητα σε μία αγορά είναι το άθροισμα των ζητούμενων ποσοτήτων από όλους τους αγοραστές σε κάθε τιμή. Έτσι, προσθέτοντας οριζοντίως τις ατομικές καμπύλες ζήτησης βρίσκουμε την καμπύλη ζήτησης της αγοράς. Στην τιμή των 2 ευρώ, η Καίτη ζητεί 4 παγωτά «χωνάκι» και ο Κωνσταντίνος 3 παγωτά «χωνάκι». Η ποσότητα που ζητείται στην αγορά, στην τιμή αυτή, είναι 7 παγωτά «χωνάκι».

ΣΧΗΜΑ 4.2 Αγοραία Ζήτηση ως Άθροισμα Ατομικών Ζητήσεων

Μετατοπίσεις της Καμπύλης Ζήτησης

Κάθε μεταβολή που αυξάνει τη ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης προς τα δεξιά και ονομάζεται **αύξηση της ζήτησης**.

Ομοίως, κάθε μεταβολή που μειώνει τη ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης προς τα αριστερά και ονομάζεται **μείωση της ζήτησης**.

Μετατοπίσεις της Καμπύλης Ζήτησης

- **Εισόδημα**

Αν η ζήτησή σας για ένα αγαθό μειώνεται όταν μειώνεται το εισόδημά σας, το αγαθό αυτό ονομάζεται **κανονικό αγαθό**.

Δεν είναι, όμως, όλα τα αγαθά κανονικά. Αν αυξηθεί η ζήτηση για ένα αγαθό όταν μειωθεί το εισόδημά σας, το αγαθό αυτό ονομάζεται **κατώτερο αγαθό**.

- **Τιμές των σχετιζόμενων αγαθών**

Όταν η μείωση της τιμής ενός αγαθού μειώνει τη ζήτηση ενός άλλου, τα δυο αυτά αγαθά ονομάζονται **υποκατάστατα**. Τα υποκατάστατα είναι συχνά ζεύγη αγαθών που χρησιμοποιούνται το ένα στη θέση του άλλου.

Όταν η μείωση της τιμής ενός αγαθού αυξάνει τη ζήτηση ενός άλλου αγαθού, τα δυο αγαθά λέγονται **συμπληρωματικά**. Τα συμπληρωματικά αγαθά είναι ζεύγη αγαθών που χρησιμοποιούνται μαζί, όπως η βενζίνη και τα αυτοκίνητα.

Μετατοπίσεις της Καμπύλης Ζήτησης

- **Προτιμήσεις**

Ο πιο προφανής **καθοριστικός παράγοντας** της ζήτησής σας είναι οι **προτιμήσεις** σας. Αν σας αρέσει το παγωτό, θα αγοράζετε περισσότερη ποσότητα.

- **Προσδοκίες**

Οι **προσδοκίες** σας για το **μέλλον** μπορεί να επηρεάζουν σήμερα τη ζήτησή σας για ένα αγαθό ή μια υπηρεσία.

- **Αριθμός αγοραστών**

Επειδή η **αγοραία ζήτηση** προκύπτει από τις ατομικές ζητήσεις, **εξαρτάται** από όλους εκείνους τους παράγοντες που προσδιορίζουν τη **ζήτηση των ατομικών αγοραστών**, και συμπεριλαμβάνουν τα εισοδήματα, τις προτιμήσεις, τις προσδοκίες των αγοραστών και τις τιμές των σχετιζόμενων αγαθών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 Οι Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης

Ο πίνακας αναγράφει τις μεταβλητές που επηρεάζουν την ποσότητα που επιλέγουν οι καταναλωτές να αγοράζουν από ένα συγκεκριμένο αγαθό. Σημειώστε τον ειδικό ρόλο που παίζει η τιμή του αγαθού: μία μεταβολή στην τιμή του αγαθού εκφράζει μία μετακίνηση πάνω στην καμπύλη ζήτησης, ενώ μία μεταβολή σε μία από τις άλλες μεταβλητές μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης.

*Μεταβλητές που Επηρεάζουν
τη Ζητούμενη Ποσότητα*

Μια Μεταβολή στη Μεταβλητή Αυτή

Τιμή

Αντιπροσωπεύει μια κίνηση πάνω
στην καμπύλη ζήτησης

Εισόδημα

Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης

Τιμές συνδεόμενων αγαθών

Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης

Προτιμήσεις

Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης

Προσδοκίες

Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης

Αριθμός αγοραστών

Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης

Μελέτη περίπτωσης: Δυο τρόποι να μειώσουμε τη ζητούμενη ποσότητα καπνού

Οι πολιτικοί επιδιώκουν, συχνά, να μειώσουν τον αριθμό των ανθρώπων που καπνίζουν. Υπάρχουν δυο τρόποι με τους οποίους θα μπορούσε η πολιτική να επιτύχει αυτό το στόχο.

Ένας τρόπος είναι **να μετατοπιστεί η καμπύλη ζήτησης τσιγάρων.**

Ένας άλλος τρόπος να μειωθεί το κάπνισμα είναι **να αυξηθεί η τιμή των τσιγάρων.**

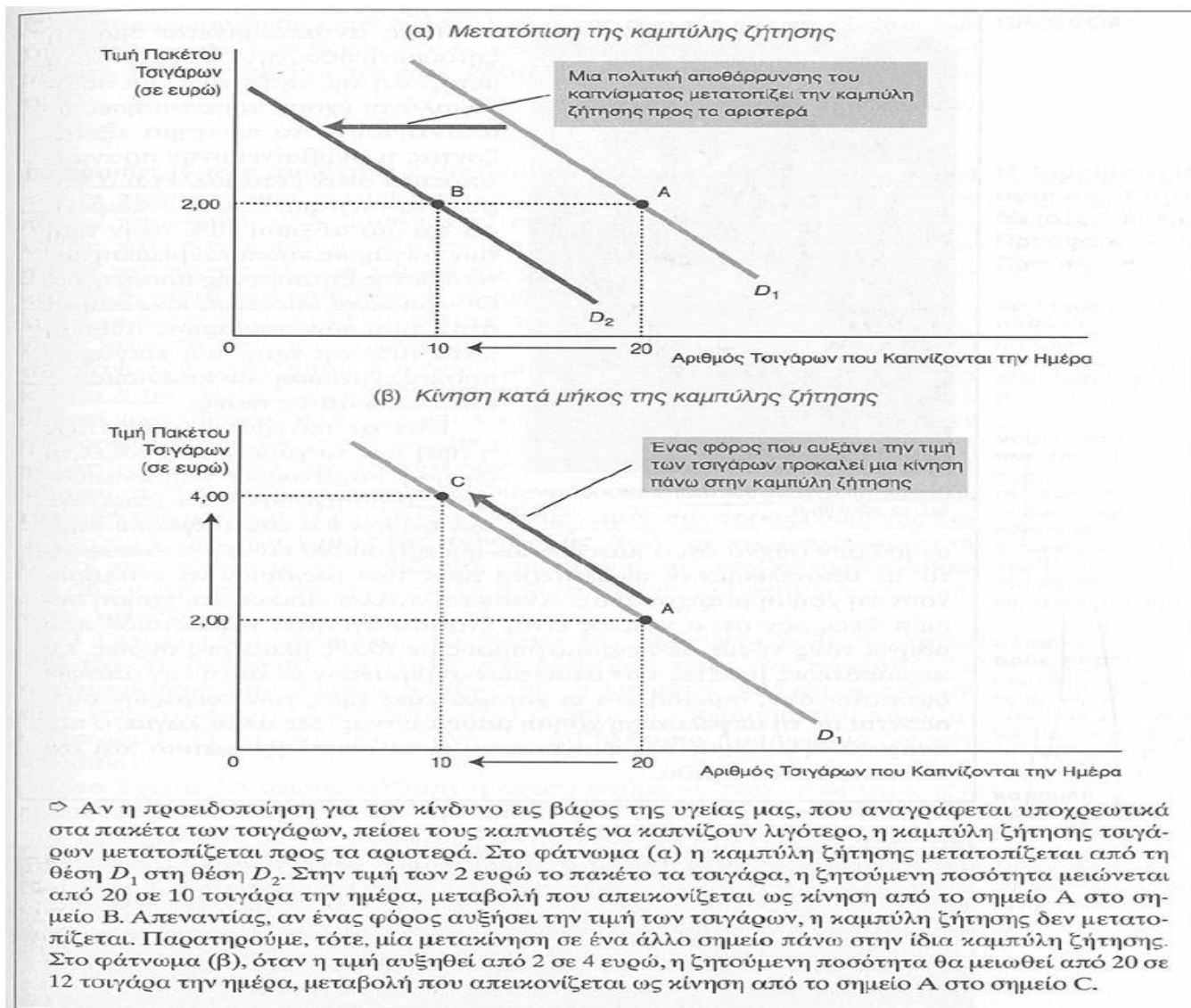
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Δύο Τρόποι να Μειώσουμε τη Ζητούμενη Ποσότητα Καπνού

Οι πολιτικοί επιδιώκουν, συχνά, να μειώσουν τον αριθμό των ανθρώπων που καπνίζουν. Υπάρχουν δύο τρόποι με τους οποίους θα μπορούσε η πολιτική να επιτύχει αυτόν το στόχο.

Ένας τρόπος είναι να μετατοπιστεί η καμπύλη ζήτησης τσιγάρων. Οι ανακοινώσεις δημόσιων ιδρυμάτων, η υποχρεωτική αναγραφή στα τσιγάρα της προειδοποίησης ότι το κάπνισμα βλάπτει σοβαρά την υγεία και η απαγόρευση της διαφήμισης τσιγάρων από την τηλεόραση, είναι μέτρα που μπορούν να μειώσουν την ποσότητα των τσιγάρων που ζητούνται σε κάθε τιμή. Αν τα μέτρα αυτά φέρουν αποτέλεσμα, η πολιτική κατά του καπνίσματος θα μετατοπίσει την καμπύλη ζήτησης τσιγάρων προς τα αριστερά, όπως δείχνει το φάτνωμα (α) του Σχήματος 4.4.

Ένας άλλος τρόπος να μειωθεί το κάπνισμα είναι να αυξηθεί η τιμή των τσιγάρων. Αν η κυβέρνηση αποφασίσει, για παράδειγμα, να επιβάλει φόρους στις καπνοβιομηχανίες, οι τελευταίες θα μετακυλίσουν το μεγαλύτερο μέρος του φόρου στον καταναλωτή, με τη μορφή των υψηλότερων τιμών. Η υψηλότερη τιμή είναι κίνητρο για τους καπνιστές να μειώσουν τον αριθμό των τσιγάρων που καπνίζουν. Σε αυτή την περίπτωση, η μείωση του καπνίσματος δεν εκφράζεται με μία μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης, αλλά με μία μετακίνηση πάνω στην ίδια καμπύλη ζήτησης προς ένα σημείο που αντιστοιχεί σε υψηλότερη τιμή και λιγότερη ποσότητα, όπως δείχνει το φάτνωμα (β) του Σχήματος 4.4. ☛



ΣΧΗΜΑ 4.4 Μετατοπίσεις της Καμπύλης Ζήτησης Έναντι Κινήσεων Κατά Μήκος της Καμπύλης Ζήτησης

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Από:

Parkin Michael, Powell Melanie, Matthews Kent: Αρχές Οικονομικής. Μετάφραση: Σιδέρης Γιάννης, Αντώνογλου Ελεάννα. Επιμέλεια: Μίνογλου Μάγγη. Copyright © 2013 Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.

Η διεθνής αγορά αργού πετρελαίου

Το μοντέλο της προσφοράς και της ζήτησης μας επιτρέπει να καταλάβουμε καλύτερα όλες τις ανταγωνιστικές αγορές. Σε αυτό το σημείο θα εφαρμόσουμε όσα μάθαμε για τις επιδράσεις μιας αύξησης της ζήτησης στη διεθνή αγορά αργού πετρελαίου.

Το αργό πετρέλαιο είναι σαν το αίμα της παγκόσμιας οικονομίας. Χρησιμοποιείται για την κίνηση των αυτοκινήτων, των φορτηγών, των αεροσκαφών, των τρένων και των λεωφορείων, για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και πλαστικών. Όταν αυξάνεται η τιμή του αργού πετρελαίου, επιδρά αυξητικά στο κόστος των μεταφορών, της ηλεκτρικής ενέργειας και των υλικών.

Το 2001, η τιμή ενός βαρελιού πετρελαίου ήταν \$20 (με την αξία χρήματος του 2010). Το 2008, πριν δηλαδή η παγκόσμια οικονομική κρίση να θέσει τέλος στη μακρά περίοδο οικονομικής μεγέθυνσης, η τιμή έφτασε στα \$127 το βαρέλι. Ενώ αυξανόταν η τιμή του πετρελαίου, αυξάνονταν τόσο οι ποσότητες που παράγονταν όσο και οι ποσότητες που καταναλώνονταν. Το 2001, η παγκόσμια παραγωγή ανερχόταν σε 65 εκατομμύρια βαρέλια την ημέρα. Το 2008 είχε φτάσει τα 72 εκατομμύρια βαρέλια.

Ποιος ή τι οδήγησε στην αύξηση της τιμής του πετρελαίου; Οι πετρελαιοπαραγωγοί μπορεί να είναι άπληστοι, αλλά κάποιοι από αυτούς ενδέχεται να είναι αρκετά μεγάλοι ώστε να μπορούν να συγκρατήσουν την προσφορά και να αυξήσουν την τιμή. Ωστόσο, δεν θα τους συνέφερε να κάνουν κάτι τέτοιο για καιρό. Η υψηλότερη τιμή θα συνεπαγόταν μεγαλύτερες ποσότητες πετρελαίου από άλλους παραγωγούς και αυτό θα μείωνε το κέρδος του παραγωγού που είχε περιορίσει την προσφορά.

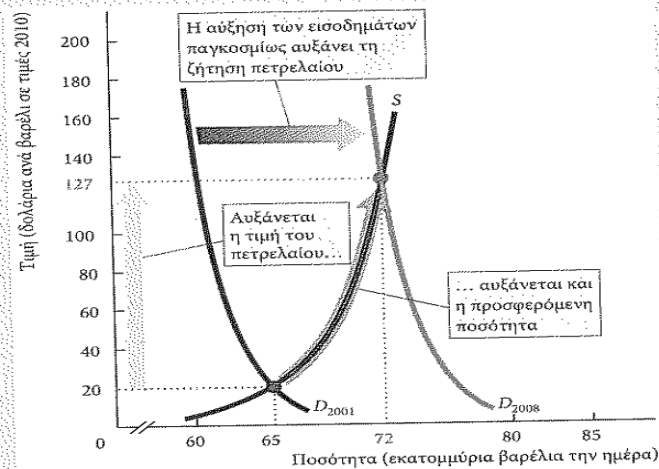
Οι πετρελαιοπαραγωγοί προσπαθούν να συνεργάζονται και να περιορίζουν την προσφορά από κοινού. Ο Οργανισμός Εξαγωγικών Χωρών Πετρελαίου, ο γνωστός μας OPEC, είναι μια τέτοια ομάδα παραγωγών. Αλλά ο OPEC δεν ελέγχει την παγκόσμια προσφορά και τα μέλη του έχουν συμφέρον να παράγουν τις ποσότητες που τους προσφέρουν το μέγιστο δυνατό κέρδος.

Έτσι, ακόμη κι αν υπάρχουν ορισμένοι μεγάλοι παίκτες στη διεθνή αγορά πετρελαίου, δεν ορίζουν αυτοί την τιμή. Αντιθέτως, οι πράξεις των χιλιάδων αγοραστών και πωλητών και οι δυνάμεις της ζήτησης και της προσφοράς καθορίζουν την τιμή του πετρελαίου.

Συνεπώς, πώς μεταβλήθηκε η προσφορά και η ζήτηση; Επειδή αυξήθηκε και η τιμή και η ποσότητα, θα πρέπει να αυξήθηκε και η ζήτηση για πετρέλαιο. Μπορεί να μεταβλήθηκε και η προσφορά, αλλά εδώ θα υποθέσουμε ότι η προσφορά παρέμεινε ίδια.

Η παγκόσμια ζήτηση πετρελαίου αυξήθηκε για έναν βασικό λόγο: αυξήθηκε το εισόδημα παγκοσμίως. Η αύξηση υπήρξε ιδιαίτερα μεγάλη στις αναδυόμενες οικονομίες, όπως η Βραζιλία, η Κίνα και η Ινδία. Η αύξηση του εισοδήματος επέφερε αύξηση της ζήτησης για αγαθά που παράγονται με τη χρήση πετρελαίου, όπως το ηλεκτρικό ρεύμα, η βενζίνη και τα πλαστικά, που με τη σειρά τους αύξησαν τη ζήτηση για πετρέλαιο.

Το σχήμα δείχνει την επίδραση της αύξησης της ζήτησης στη διεθνή αγορά πετρελαίου. Η προσφορά πετρελαίου παρέμεινε σταθερή κατά μήκος της καμπύλης S. Η ζήτηση πετρελαίου το 2001 ήταν D_{2001} , οπότε η τιμή το 2001 ήταν \$20 το βαρέλι, ενώ η ποσότητα ήταν 65 εκατομμύρια βαρέλια την ημέρα. Η ζήτηση αυξήθηκε το 2008 σε D_{2008} . Η τιμή του πετρελαίου ανήλθε στα \$127 το βαρέλι και η ποσότητα έφτασε τα 72 εκατομμύρια βαρέλια την ημέρα. Η αύξηση της ποσότητας αποτελεί *αύξηση της προσφερόμενης ποσότητας* και όχι *αύξηση της προσφοράς*.



Σχήμα 1 Η διεθνή αγορά αργού πετρελαίου

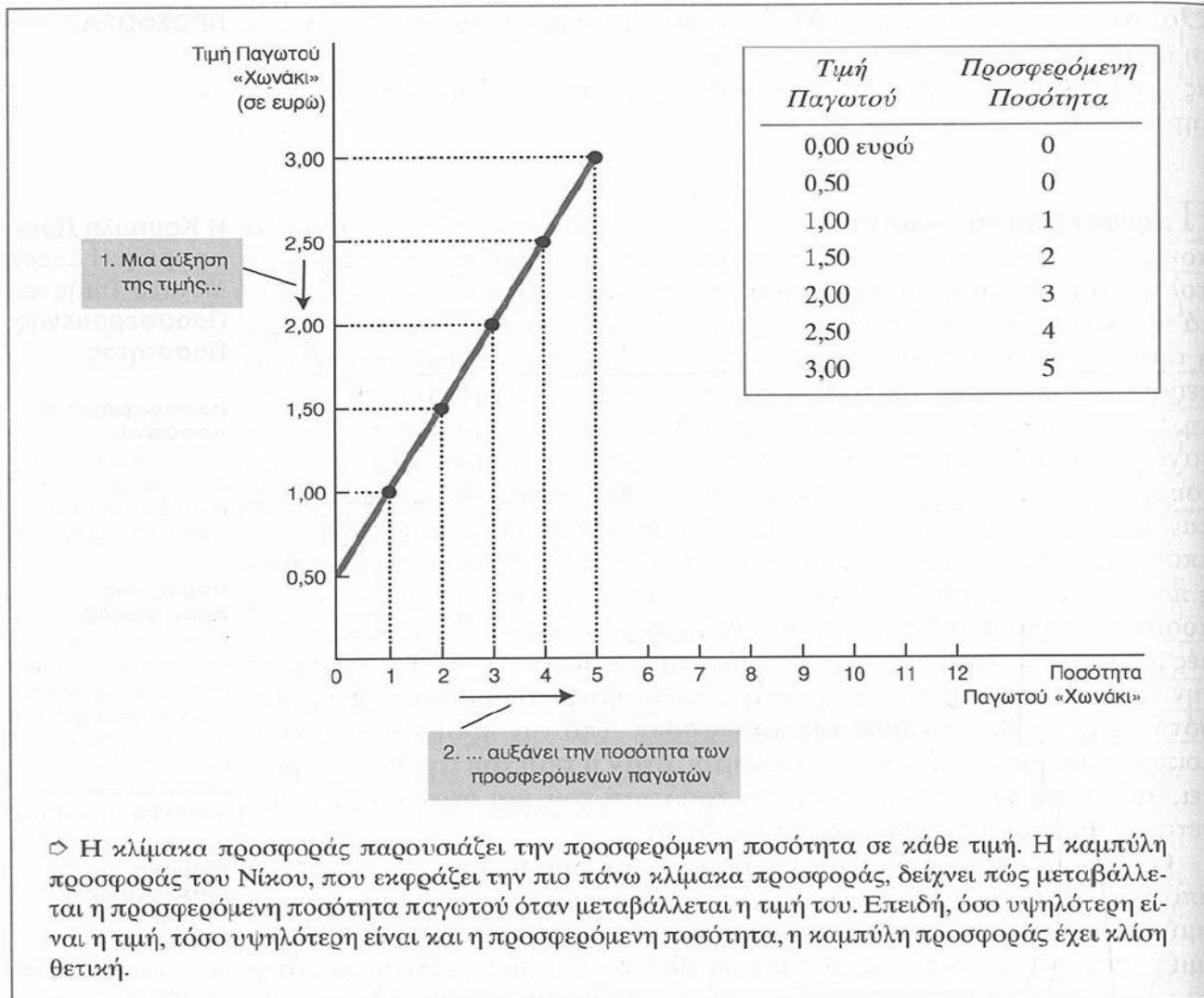
Η Καμπύλη Προσφοράς: Η σχέση μεταξύ της τιμής και προσφερόμενης ποσότητας

- Η προσφερόμενη ποσότητα κάθε αγαθού ή υπηρεσίας είναι η ποσότητα που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι και ικανοί να πωλήσουν. Όταν η τιμή του παγωτού είναι υψηλή, το να πωλεί κανείς παγωτό είναι επικερδής δουλειά, και επομένως η προσφερόμενη ποσότητα θα είναι μεγάλη. Αντίθετα, όταν η τιμή του παγωτού είναι χαμηλή θα παράγετε λιγότερο παγωτό. Επειδή η προσφερόμενη ποσότητα αυξάνεται όταν οι τιμές ανέρχονται και μειώνεται καθώς οι τιμές μειώνονται, λέμε ότι η προσφερόμενη ποσότητα **συνδέεται θετικά με την τιμή του αγαθού**. Η σχέση αυτή μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας ονομάζεται **νόμος της προσφοράς**.

Η Καμπύλη Προσφοράς: Η σχέση μεταξύ της τιμής και προσφερόμενης ποσότητας

Η καμπύλη που συνδέει την τιμή ενός αγαθού με την προσφερόμενη ποσότητα ονομάζεται **καμπύλη προσφοράς**. Η καμπύλη προσφοράς έχει **θετική κλίση**, επειδή, αν όλοι οι υπόλοιποι παράγοντες παραμείνουν αμετάβλητοι, μια υψηλότερη τιμή σημαίνει μεγαλύτερη προσφερόμενη ποσότητα. Η **προσφορά της αγοράς** είναι το άθροισμα των προσφορών όλων των πωλητών.

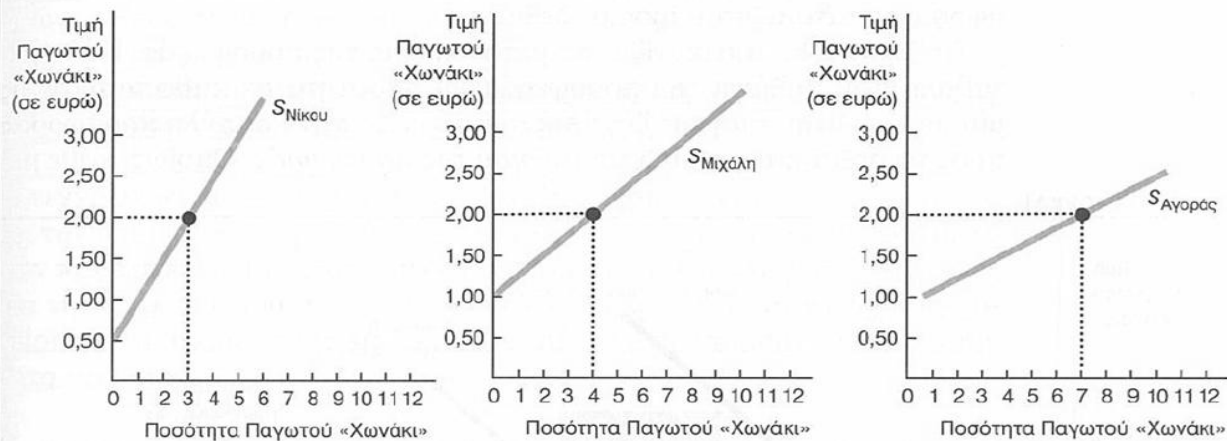
Όπως και με τις καμπύλες ζήτησης, αθροίζουμε τις ατομικές καμπύλες προσφοράς **οριζόντια** για να σχηματίσουμε την αγοραία καμπύλη προσφοράς. Η **αγοραία καμπύλη προσφοράς** δείχνει πώς μεταβάλλεται η προσφερόμενη ποσότητα όταν μεταβάλλεται η τιμή του αγαθού.



ΣΧΗΜΑ 4.5 Καμπύλη Προσφοράς του Νίκου

Τιμή Παγωτού	Νίκου		Μιχάλη		Αγορά
0,00 ευρώ	0	+	0	=	0
0,50	0		0		0
1,00	1		0		1
1,50	2		2		4
2,00	3		4		7
2,50	4		6		10
3,00	5		8		13

Προσφορά Νίκου + Προσφορά Μιχάλη = Αγοραία Προσφορά

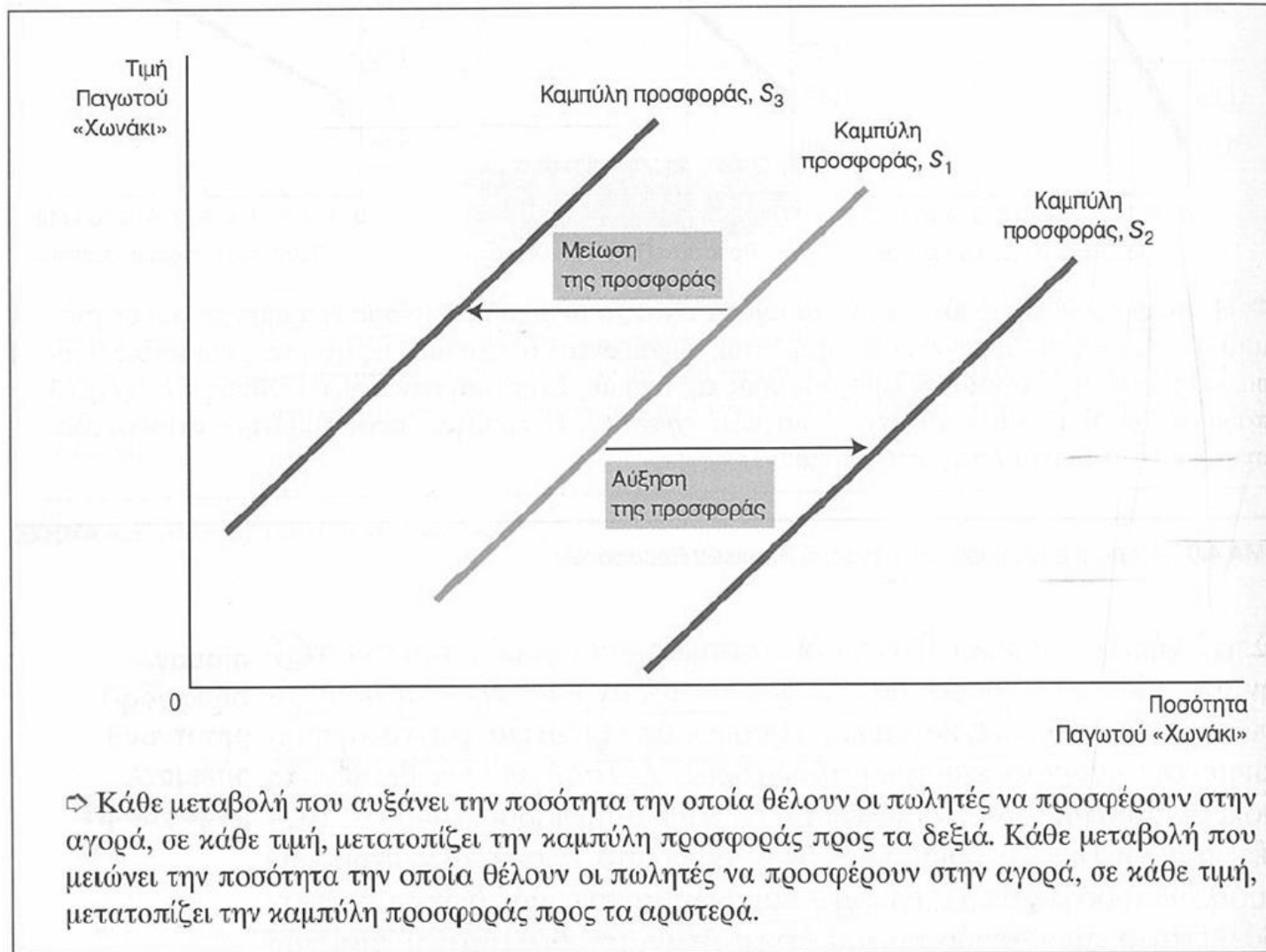


⇨ Η προσφερόμενη ποσότητα σε μία αγορά είναι το άθροισμα των προσφερόμενων ποσοτήτων από όλους τους πωλητές σε κάθε τιμή. Έτσι, αθροίζοντας οριζοντίως τις ατομικές καμπύλες προσφοράς βρίσκουμε την καμπύλη προσφοράς της αγοράς. Στην τιμή των 2 ευρώ ο Νίκος προσφέρει 3 παγωτά «χωνάκι» και ο Μιχάλης 4 παγωτά «χωνάκι». Η προσφερόμενη ποσότητα στην αγορά, στην τιμή αυτή, είναι 7 παγωτά «χωνάκι».

ΣΧΗΜΑ 4.6 Αγοραία προσφορά ως Άθροισμα Ατομικών Προσφορών

Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

- Κάθε μεταβολή που αυξάνει την προσφερόμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς προς τα δεξιά και ονομάζεται **αύξηση της προσφοράς**. Ομοίως, κάθε μεταβολή, που μειώνει την προσφερόμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς προς τα αριστερά και ονομάζεται **μείωση της προσφοράς**.



ΣΧΗΜΑ 4.7 Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

- **Τιμές εισροών**

Όταν η τιμή σε μια ή περισσότερες εισροές αυξηθεί, η παραγωγή γίνεται λιγότερο επικερδής και οι επιχειρήσεις θα προσφέρουν λιγότερο. Έτσι, **η προσφερόμενη ποσότητα ενός αγαθού συνδέεται αρνητικά με την τιμή των εισροών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή του αγαθού.**

- **Τεχνολογία**

Μειώνοντας το κόστος παραγωγής της επιχείρησης, **η πρόοδος της τεχνολογίας αυξάνει την προσφερόμενη ποσότητα.**

Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

- Προσδοκίες

Αν προσδοκά, για παράδειγμα, ότι η τιμή του παγωτού θα αυξηθεί, μπορεί η επιχείρηση να αποθηκεύσει μέρος της σημερινής παραγωγής και να προσφέρει μικρότερη ποσότητα σήμερα.

- Αριθμός των πωλητών

Η αγοραία προσφορά εξαρτάται από όλους αυτούς τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά των μεμονωμένων πωλητών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2 *Μεταβλητές που Επηρεάζουν τους πωλητές*

Ο πίνακας αναγράφει τις μεταβλητές που επηρεάζουν την ποσότητα που επιλέγουν οι καταναλωτές να αγοράζουν από ένα συγκεκριμένο αγαθό. Σημειώστε τον ειδικό ρόλο που παίζει η τιμή του αγαθού: μία μεταβολή στην τιμή του αγαθού εκφράζει μία μετακίνηση πάνω στην καμπύλη ζήτησης, ενώ μία μεταβολή σε μία από τις άλλες μεταβλητές μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης.

Μεταβλητή

Μια Μεταβολή στη Μεταβλητή Αυτή

Τιμή

Αντιπροσωπεύει μια κίνηση πάνω στην καμπύλη προσφοράς

Τιμές εισροών

Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς

Τεχνολογία

Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς

Προσδοκίες

Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς

Αριθμός πωλητών

Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Από:

Parkin Michael, Powell Melanie, Matthews Kent: Αρχές Οικονομικής. Μετάφραση: Σιδέρης Γιάννης, Αντώνογλου Ελεάννα. Επιμέλεια: Μίνογλου Μάγγη. Copyright © 2013 Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.

Η διεθνής αγορά σιτηρών

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το μοντέλο της ζήτησης και της προσφοράς για να εξηγήσουμε γιατί εκτοξεύθηκαν στα ύψη οι τιμές των σιτηρών. Η διεθνής αγορά σιτηρών είναι μια ανταγωνιστική αγορά. Η Ρωσία αποτελεί τον τέταρτο μεγαλύτερο παραγωγό σιτηρών παγκοσμίως, μετά την Ευρωπαϊκή Ένωση, την Κίνα και την Ινδία. Για πολλά χρόνια, οι ρώσοι αγρότες παράγουν πολύ μεγαλύτερες ποσότητες σιτηρών απ' ό,τι χρειάζεται η Ρωσία, κι έτσι η Ρωσία έγινε ένας από τους τρεις μεγαλύτερους εξαγωγείς σιτηρών στον κόσμο.

Το 2010 όμως δεν ήταν μια χρονιά σαν όλες τις άλλες. Η Ρωσία χτυπήθηκε από τη χειρότερη ξηρασία στην ιστορία της. Στο δυτικό τμήμα της Ρωσίας, η θερμοκρα-

σία έφτασε και ξεπέρασε τους 35°C τους θερινούς μήνες. Το κύμα καύσωνα συνοδεύτηκε από πυρκαγιές που στοίχισαν τη ζωή σε πολλούς ανθρώπους, ενώ καταστράφηκαν αγροκτήματα και καλλιέργειες που κάλυπταν μια έκταση ίση με το μέγεθος της Πορτογαλίας.

Τον Αύγουστο του 2010 η Ρωσία ανακοίνωσε την απαγόρευση εξαγωγής σιτηρών μέχρι το τέλος του έτους. Οι χώρες που εισάγουν μεγάλες ποσότητες σιτηρών από τη Ρωσία, όπως η Αίγυπτος, έπρεπε ξαφνικά να βρουν σιτηρά από άλλες χώρες. Υπήρχαν μεγάλα αποθέματα σιτηρών από προηγούμενες σοδειές, αλλά η Ρωσία είχε τα μεγαλύτερα απ' αυτά τα αποθέματα.

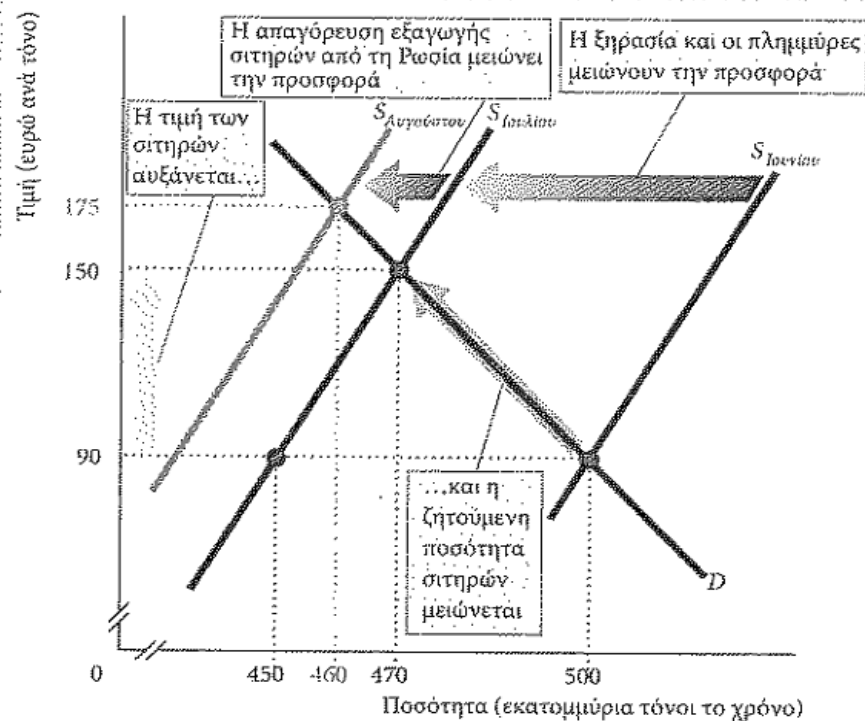
Η ξηρασία έπληξε και άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ από πλημμύρες το 2010 το Πακιστάν και ο Καναδάς είχαν μικρότερες σοδειές. Κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών, οι τιμές των σιτηρών διπλασιάστηκαν, από το χαμηλότερο επίπεδο του έτους που καταγράφηκε τον Ιούνιο στο υψηλότερο τον Ιούλιο. Και όταν η Ρωσία ανακοίνωσε την απαγόρευση εξαγωγής σιτηρών, οι τιμές έφτασαν και πάλι στα ύψη.

Το σχήμα δείχνει τι συνέβη στην παγκόσμια αγορά σιτηρών. Η ζήτηση, που απεικονίζεται από την καμπύλη ζήτησης D , δεν μεταβλήθηκε τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2010. Τον Ιούνιο, πριν από τις πυρκαγιές, υπήρχαν άφθονα αποθέματα σιτηρών, τα χωράφια ήταν γεμάτα και η τιμή ήταν χαμηλή στα €90 ανά τόνο. Η καμπύλη προσφοράς ήταν $S_{\text{Ιουν}}$ και η διαθέσιμη ποσότητα έφτανε τα 500 εκατομμύρια τόνους.

Τον Ιούλιο, η ξηρασία και οι πλημμύρες είχαν καταστρέψει τις καλλιέργειες και είχαν μειώσει την παγκόσμια προσφορά σε $S_{\text{Ιουλ}}$. Με την υπερβάλλουσα ζήτηση των 50 εκατομμυρίων τόνων στην τιμή του Ιουνίου, η τιμή άρχισε να αυξάνεται. Τον Ιούλιο, η τιμή έφτασε τα €150 τον τόνο και η ποσότητα έπεσε στα 470 εκατομμύρια τόνους. Η υποχώρηση της προσφοράς αύξησε την τιμή και μείωσε τη ζητούμενη ποσότητα – μια κίνηση κατά μήκος της καμπύλης ζήτησης – σε 470 εκατομμύρια τόνους.

Όταν τον Αύγουστο η Ρωσία ανακοίνωσε την απαγόρευση εξαγωγής σιτηρών, η προσφορά εξαγωγής σιτηρών στην παγκόσμια αγορά μειώθηκε περαιτέρω σε $S_{\text{Αυγ}}$. Η τιμή ανήλθε σε €175 ανά τόνο και η ζητούμενη ποσότητα μειώθηκε σε 460 εκατομμύρια τόνους.

Τα γεγονότα που περιγράφουμε εδώ φανερώνουν την επίδραση που έχει μια μεταβολή της προσφοράς χωρίς μεταβολή της ζήτησης.



Σχήμα 1 Η διεθνής αγορά σιτηρών

Ζήτηση και προσφορά: Η τιμή του καφέ

The Financial Times, 30 Ιουλίου 2010

Αύξηση των τιμών του καφέ λόγω κακής σοδειάς στην Κολομβία

Javier Blas

Οι τιμές του καφέ έφτασαν την Παρασκευή στο υψηλότερο σημείο της τελευταίας δωδεκαετίας λόγω της μειωμένης προσφοράς καφέ Arabica υψηλής ποιότητας από την Κολομβία, ύστερα από άλλη μια κακή σοδειά σε αυτή τη χώρα της Λατινικής Αμερικής.

Αυτό οδήγησε τους διαχειριστές των αμοιβαίων κεφαλαίων κινδύνου (hedge funds) να αντιστρέψουν τις προηγούμενες αρνητικές προβλέψεις τους για τις τιμές του καφέ.

Στη Νέα Υόρκη, ο δείκτης ICE Σεπτεμβρίου για τον καφέ Arabica αυξήθηκε κατά 3,2% σε 178,75 σεντς ανά λίβρα, την υψηλότερη τιμή από τον Φεβρουάριο του 1998. Αργότερα διαπραγματευόταν στα 177,25 σεντς, αύξηση 6,8% την εβδομάδα.

Ο Διεθνής Οργανισμός Καφέ (International Coffee Organisation), που εδρεύει στο Λονδίνο, προειδοποίησε την Παρασκευή ότι «αυτή η στενότητα προσφοράς και ζήτησης μάλλον θα διατηρηθεί βραχυμεσοπρόθεσμα».

Στελέχη του κλάδου πιστεύουν ότι οι τιμές μπορεί να κινηθούν ανοδικά προς τα 200 σεντς ανά λίβρα στη Νέα Υόρκη, πριν διατεθεί στις αγορές η νέα συγκομιδή από τη Βραζιλία, προς τα τέλη του έτους.

«Μέχρι τον Οκτώβριο θα υπάρχει στενότητα στον καφέ υψηλής ποιότητας», δήλωσε ανώτερο στέλεχος μιας από τις μεγαλύτερες εταιρείες επεξεργασίας καφέ στην Ευρώπη. Και προσέθεσε: «Για ολόκληρο τον κλάδο ήταν έκπληξη η έλλειψη καφέ υψηλής ποιότητας».

Η παραγωγή καφέ της Κολομβίας, που κατέχει μία από τις πρώτες θέσεις στην προσφορά καφέ υψηλής ποιότητας, μειώθηκε πέρυσι στο χαμηλότερο σημείο των τελευταίων 33 χρόνων, με 7,8 εκατομμύρια σακιά των 60 κιλών, από 11,1 εκατομμύρια σακιά το 2008, δημιουργώντας στενότητα στην παγκόσμια προσφορά...

© The Financial Times Ltd.

Η ουσία της ιστορίας

- ◆ Η τιμή του καφέ Arabica υψηλής ποιότητας αυξήθηκε κατά 3,2% σε σχεδόν 180 σεντς η λίβρα τον Ιούλιο του 2010, την υψηλότερη τιμή από τον Φεβρουάριο του 1998.
- ◆ Μια σειρά από κακές σοδειές στην Κολομβία οδήγησαν σε μείωση της παραγωγής καφέ Arabica υψηλής ποιότητας στο χαμηλότερο σημείο των τελευταίων 33 χρόνων, στα 7,8 εκατομμύρια σακιά των 60 κιλών, από 11,1 εκατομμύρια σακιά το 2008.
- ◆ Ο Διεθνής Οργανισμός Καφέ προβλέπει διατήρηση αυτής της στενότητας βραχυμεσοπρόθεσμα.
- ◆ Στελέχη του κλάδου αναφέρουν ότι οι τιμές μπορεί να προσεγγίσουν τα 200 σεντς τη λίβρα πριν διατεθεί στις αγορές η νέα σοδειά από τη Βραζιλία, προς τα τέλη του έτους.
- ◆ Οι διαχειριστές αμοιβαίων κεφαλαίων κινδύνου, που ανέμεναν μείωση των τιμών του καφέ, τώρα αναμένουν περαιτέρω αύξηση.

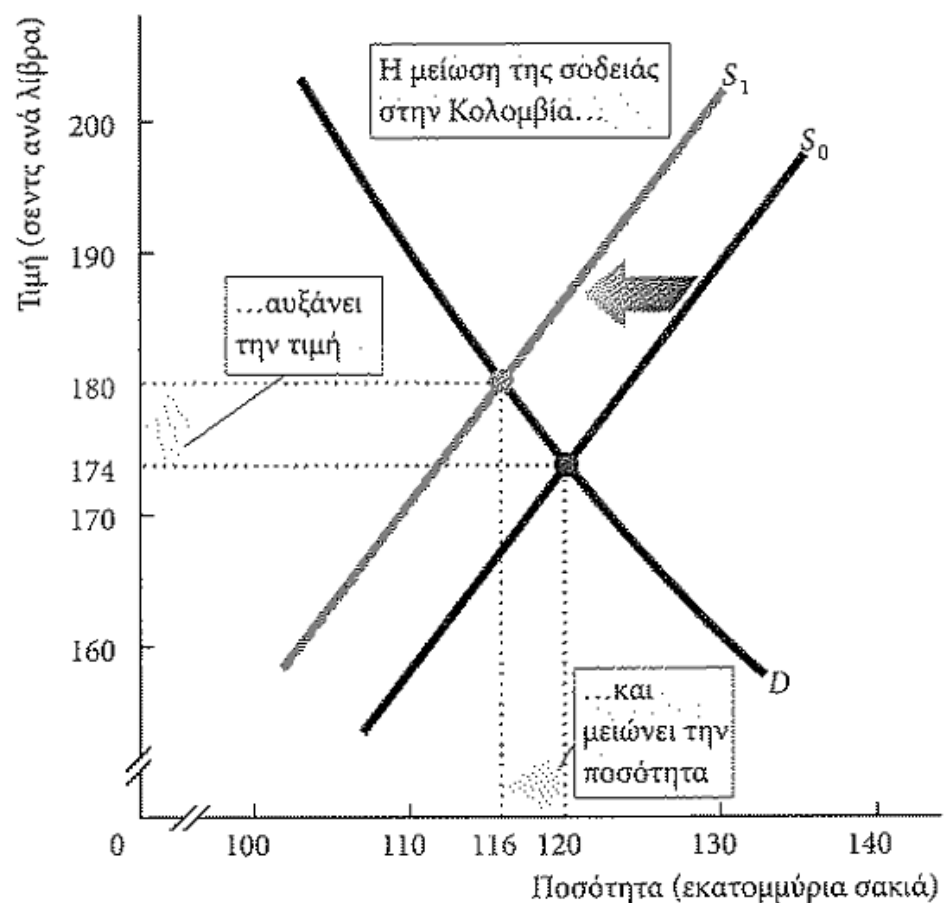


Οικονομική ανάλυση

- ◆ Στο άρθρο αναφέρονται δύο πηγές μεταβολών της ζήτησης και της προσφοράς που οδήγησαν σε μεταβολή της τιμής του καφέ.
- ◆ Η πρώτη πηγή είναι οι αλληπάλληλες κακές σοδειές στην Κολομβία. Αυτές οδήγησαν σε μείωση της προσφοράς καφέ Arabica.
- ◆ Πριν από αυτό, η παγκόσμια παραγωγή Arabica ήταν 120 εκατομμύρια σακιά το χρόνο και η τιμή 174 σεντς η λίβρα.
- ◆ Η χαμηλότερη σοδειά στην Κολομβία μείωσε την παγκόσμια παραγωγή κατά περίπου 116 εκατομμύρια σακιά – πρόκειται για μείωση της παγκόσμιας παραγωγής κατά 3% περίπου.
- ◆ Το Σχήμα 1 δείχνει την κατάσταση πριν από τις κακές σοδειές στην Κολομβία και την επίδραση που είχαν αυτές οι σοδειές. Η καμπύλη ζήτησης είναι D_0 και αρχικά η καμπύλη της προσφοράς ήταν S_0 . Η αγορά ισορροπεί στα 120 εκατομμύρια σακιά το χρόνο και στην τιμή των 174 σεντς η λίβρα.
- ◆ Οι κακές σοδειές μείωσαν την προσφορά κι έτσι η καμπύλη προσφοράς μετατοπίστηκε προς τα αριστερά στην S_1 . Η τιμή ανήλθε στα 180 σεντς η λίβρα και η ποσότητα υποχώρησε στα 116 εκατομμύρια σακιά.
- ◆ Η δεύτερη πηγή μεταβολών επηρεάζει τόσο την προσφορά όσο και τη ζήτηση. Πρόκειται για τη μεταβολή στην αναμενόμενη μελλοντική τιμή του καφέ.
- ◆ Οι διαχειριστές αμοιβαίων κεφαλαίων κινδύνου είναι κερδοσκόποι που προσπαθούν να επωφεληθούν αγοράζοντας σε χαμηλή τιμή και πωλώντας σε υψηλή.
- ◆ Από τη στιγμή που η παραγωγή καφέ αναμένεται να παραμείνει σε χαμηλά επίπεδα

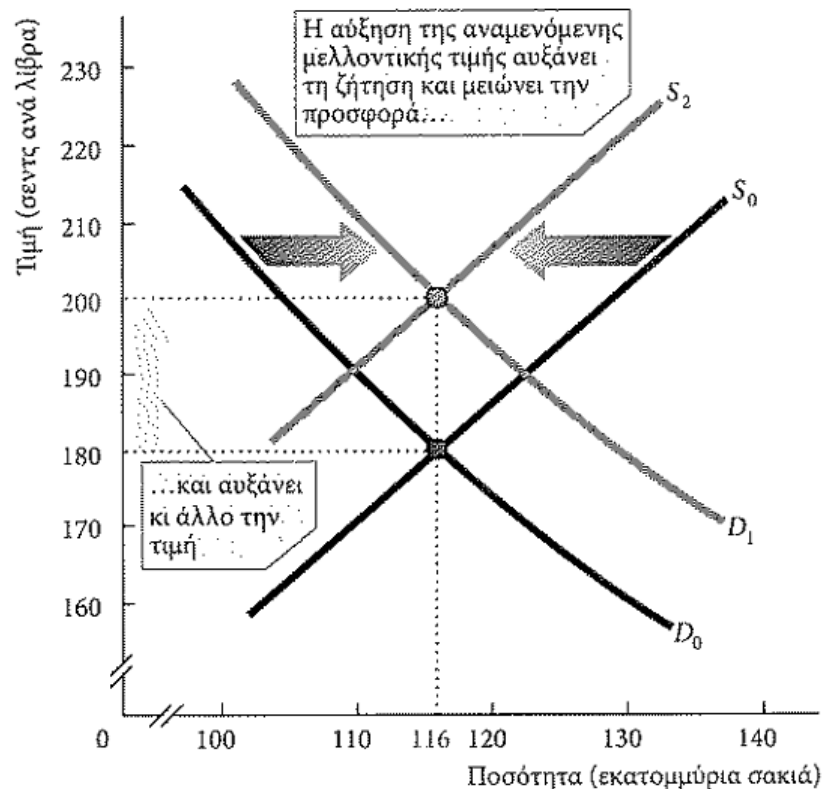
δα, η τιμή αναμένεται να αυξηθεί περαιτέρω – έχουμε δηλαδή αύξηση της αναμενόμενης μελλοντικής τιμής του καφέ.

- ♦ Όταν αυξάνεται η αναμενόμενη μελλοντική τιμή του καφέ, κάποιιοι θέλουν να αγοράσουν περισσότερο καφέ (για να τον πωλήσουν αργότερα) – άρα έχουμε αύξηση της ζήτησης. Και κάποιιοι προσφέρουν λιγότερο καφέ προς πώληση (έτσι ώστε να τον πωλήσουν αργότερα σε υψηλότερη τιμή) – άρα έχουμε μείωση της προσφοράς.



Σχήμα 1 Η επίδραση της σοδειάς στην Κολομβία

- ◆ Το Σχήμα 2 δείχνει την επίδραση αυτών των μεταβολών στη ζήτηση και στην προσφορά. Η ζήτηση αυξάνεται από την D_0 στην D_1 και η προσφορά μειώνεται από την S_0 στην S_1 .
- ◆ Η τιμή αυξάνεται λόγω της αύξησης της ζήτησης και της μείωσης της προσφοράς. Σε αυτό το παράδειγμα αυξάνεται στα 200 σεντς η λίβρα.
- ◆ Επίσης, επειδή αυξάνεται η ζήτηση και μειώνεται η προσφορά, η ποσότητα ισορροπίας μπορεί να μεταβληθεί προς οποιαδήποτε κατεύθυνση.
- ◆ Σε αυτό το παράδειγμα, η αύξηση της ζήτησης ισούται με τη μείωση της προσφοράς, άρα η ποσότητα ισορροπίας παραμένει σταθερή στα 116 εκατομμύρια σακιά το χρόνο.



Σχήμα 2 Η επίδραση της αναμενόμενης μελλοντικής τιμής

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

