



**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ (Μικροοικονομική)**  
**Mankiw Gregory N., Taylor Mark P.**  
**ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΖΙΟΛΑ**



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

**ΟΙ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ: ΠΡΟΣΦΟΡΑ  
ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ**

# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η προσφορά και η ζήτηση είναι οι δυνάμεις που κάνουν τις οικονομίες της αγοράς να λειτουργούν.

Οι δυνάμεις αυτές καθορίζουν:

- Πόση ποσότητα θα παραχθεί από κάθε αγαθό, και
- Την τιμή στην οποία θα πωλείται.

Εάν θέλετε να μάθετε πώς κάθε γεγονός ή κάθε μέτρο οικονομικής πολιτικής θα επηρεάσει την οικονομία, το πρώτο πράγμα που πρέπει να σκεφτείτε είναι:

- Πώς αυτό θα επηρεάσει την προσφορά και τη ζήτηση.

# ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Οι όροι **προσφορά** και **ζήτηση** αναφέρονται στη συμπεριφορά των ανθρώπων καθώς αυτοί αλληλεπιδρούν μεταξύ τους στις αγορές.

Όπου **αγορά** είναι μια ομάδα αγοραστών και πωλητών ενός συγκεκριμένου αγαθού ή μιας υπηρεσίας.

- Οι **αγοραστές** ως ομάδα **καθορίζουν τη ζήτηση** του προϊόντος.
- Οι **πωλητές** ως ομάδα **καθορίζουν την προσφορά** του προϊόντος.

# Ανταγωνιστικές αγορές

Οι αγορές παίρνουν πολλές μορφές:

Μερικές αγορές είναι **εξαιρετικά οργανωμένες**, όπως είναι οι αγορές πολλών αγροτικών προϊόντων.

- Οι αγοραστές και οι πωλητές συναντώνται σε σε καθορισμένο μέρος και χρόνο.
- Ένας δημοπράτης βοηθά να οριστούν οι τιμές και να διεκπεραιωθούν οι αγοροπωλησίες.

# Ανταγωνιστικές αγορές

Πιο συχνά, όμως, οι αγορές είναι **λιγότερο οργανωμένες**. Για παράδειγμα, η αγορά καφέ σε μια συγκεκριμένη πόλη:

- Οι αγοραστές καφέ δεν συναντώνται όλοι μαζί κάποια καθορισμένη στιγμή.
- Οι πωλητές καφέ βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία και προσφέρουν διαφοροποιημένα προϊόντα (φίλτρου, στιγμιαίο, εσπρέσο, κ.α.).
- Η τιμή και η ποσότητα καφέ που θα πωληθεί:
  - Δεν καθορίζονται από ένα μόνο αγοραστή ή ένα μόνο πωλητή.
  - Καθορίζονται από όλους τους αγοραστές και όλους τους πωλητές, καθώς αλληλεπιδρούν στην αγορά.

# Ανταγωνιστικές αγορές

Η αγορά του καφέ, όπως πολλές αγορές στην οικονομία μας, είναι πολύ ανταγωνιστική.

- **Ανταγωνισμός** υπάρχει όταν δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις προσπαθούν να προσελκύσουν πελάτες.

Η αγορά καφέ σε μια πόλη θα αποτελείται:

- Από αλυσίδες που είναι γνωστές σε όλη την Ευρώπη – Costa, Starbucks, Café Nero, Koffie Café, Lavazza και Coffeeheaven, για παράδειγμα, αλλά και
- Από πολλά μικρά ανεξάρτητα καφέ, μπαρ και εστιατόρια από τα οποία οι αγοραστές μπορούν να πάρουν ένα καφέ.

# Ανταγωνιστικές αγορές

Στα οικονομικά όμως, υπάρχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που αποδίδονται με τον όρο "ανταγωνιστική αγορά".

- **Ανταγωνιστική αγορά** (competitive market) είναι μια αγορά στην οποία υπάρχουν πολλοί αγοραστές και πολλοί πωλητές, ώστε η επίδραση που ασκεί ο καθένας από αυτούς στην τιμή της αγοράς να είναι αμελητέα.

Κάθε πωλητής έχει **περιορισμένο έλεγχο** στην τιμή:

- Επειδή και άλλοι πωλητές προσφέρουν παρόμοια προϊόντα, και
- Επειδή κάθε πωλητής προσφέρει μόνο μια πολύ μικρή ποσότητα σε σχέση με τη συνολική προσφορά της αγοράς.

# Ανταγωνιστικές αγορές

Σε μια τέλεια ανταγωνιστική αγορά, τα προϊόντα είναι όμοια (ομοιογενή), με αποτέλεσμα:

- Ένας **πωλητής** να μην έχει επαρκή λόγο να ζητήσει μικρότερη τιμή από την τρέχουσα τιμή της αγοράς.
  - Στην περίπτωση που ζητήσει υψηλότερη τιμή, οι αγοραστές να στραφούν σε άλλους πωλητές.
- Κανένας **αγοραστής** από μόνος του δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή, επειδή ο κάθε αγοραστής παίρνει μόνο μια πολύ μικρή ποσότητα σε σχέση με το μέγεθος της αγοράς.



# Ανταγωνισμός: Τέλειος ή μη

Υπάρχουν αγορές για τις οποίες ισχύει απόλυτα η **υπόθεση του τέλειου ανταγωνισμού**.

Για παράδειγμα, στην αγορά αγροτικών προϊόντων της ΕΕ:

- Υπάρχουν περίπου 14 εκατομμύρια αγρότες και κτηνοτρόφοι που πωλούν δημητριακά, φρούτα, γάλα, μοσχάρια, αρνιά κ.α.
- Υπάρχουν επίσης, εκατομμύρια καταναλωτές που αγοράζουν αυτά τα προϊόντα.
- Επειδή κανένας αγοραστής ή πωλητής από μόνος του δεν μπορεί να επηρεάσει τη τιμή κάποιου αγροτικού ή κτηνοτροφικού προϊόντος, όλοι παίρνουν την τιμή ως δεδομένη.

# Ανταγωνισμός: Τέλειος ή μη

Όμως, δεν πωλούνται όλα τα αγαθά και όλες οι υπηρεσίες σε τέλεια ανταγωνιστικές αγορές.

**Μονοπώλιο** (monopoly) καλείται η αγορά που έχει μόνο έναν πωλητή και ο πωλητής αυτός καθορίζει την τιμή.

- Η τοπική σας εταιρεία ύδρευσης, για παράδειγμα, μπορεί είναι μονοπώλιο.

# Ανταγωνισμός: Τέλειος ή μη

Αρκετές αγορές βρίσκονται μεταξύ των ορίων που θέτουν ο τέλειος ανταγωνισμός και το μονοπώλιο.

Μια τέτοια αγορά, που αποκαλείται **ολιγοπώλιο** (oligopoly), έχει λίγους μόνο πωλητές, οι οποίοι δεν ανταγωνίζονται πάντα ο ένας τον άλλο επιθετικά.

Υπάρχουν πολλά παραδείγματα ολιγοπωλιακών αγορών στην Ευρώπη για προϊόντα όπως:

- Ο χάλυβας και τα ελαστικά αυτοκινήτων,
- Το λιανικό εμπόριο (σούπερ μάρκετ) και τα αλκοολούχα ποτά,
- Οι τηλεπικοινωνίες,
- Τα φάρμακα,
- Οι τράπεζες, και
- Η αθλητική ένδυση.

# Ανταγωνισμός: Τέλειος ή μη

Ένας άλλος τύπος αγοράς είναι ο **μονοπωλιακός ανταγωνισμός**, που περιλαμβάνει πολλούς πωλητές που προσφέρουν ένα ελαφρώς διαφοροποιημένο προϊόν.

- Επειδή τα προϊόντα δεν είναι ακριβώς τα ίδια, κάθε πωλητής έχει σε κάποιο βαθμό τη δυνατότητα να ορίζει την τιμή του προϊόντος του.

Ένα παράδειγμα αγοράς μονοπωλικού ανταγωνισμού είναι η αγορά των περιοδικών:

- Τα περιοδικά ανταγωνίζονται μεταξύ τους για αναγνώστες και οποιοσδήποτε μπορεί να μπει στην αγορά ξεκινώντας ένα νέο περιοδικό, αλλά
- Κάθε περιοδικό προσφέρει διαφορετικά άρθρα και μπορεί να ορίσει τη δική του τιμή.

# ΖΗΤΗΣΗ

Θα ξεκινήσουμε τη μελέτη των αγορών εξετάζοντας τη συμπεριφορά των αγοραστών.

Για να εστιάσουμε τη σκέψη μας, ας επικεντρωθούμε σε ένα συγκεκριμένο αγαθό, το γάλα.

Η **αγορά του γάλακτος** πληροί πολλά από τα χαρακτηριστικά μιας τέλεια ανταγωνιστικής αγοράς:

- Το γάλα είναι ένα σχετικά ομοιογενές προϊόν,
- Στην ΕΕ υπάρχουν περίπου μισό εκατομμύριο φάρμες γαλακτοπαραγωγής, καθώς
- Στην ΕΕ επίσης υπάρχουν και εκατομμύρια αγοραστές γάλακτος.

# 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.

Όταν αναλύουμε τον τρόπο λειτουργίας των αγορών, ένας προσδιοριστικός παράγοντας παίζει κεντρικό ρόλο - η τιμή του αγαθού.

- Αν η τιμή του γάλακτος αυξανόταν από €0,25 το λίτρο στα €0,35 το λίτρο, οι πωλήσεις γάλακτος θα μειώνονταν.
- Εάν η τιμή του έπεφτε στα €0,20 το λίτρο, οι πωλήσεις γάλακτος θα αυξάνονταν.

Αυτή η σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας ισχύει για τα περισσότερα αγαθά στην οικονομία και είναι τόσο γενική ώστε οι οικονομολόγοι την ονομάζουν **νόμο της ζήτησης**.

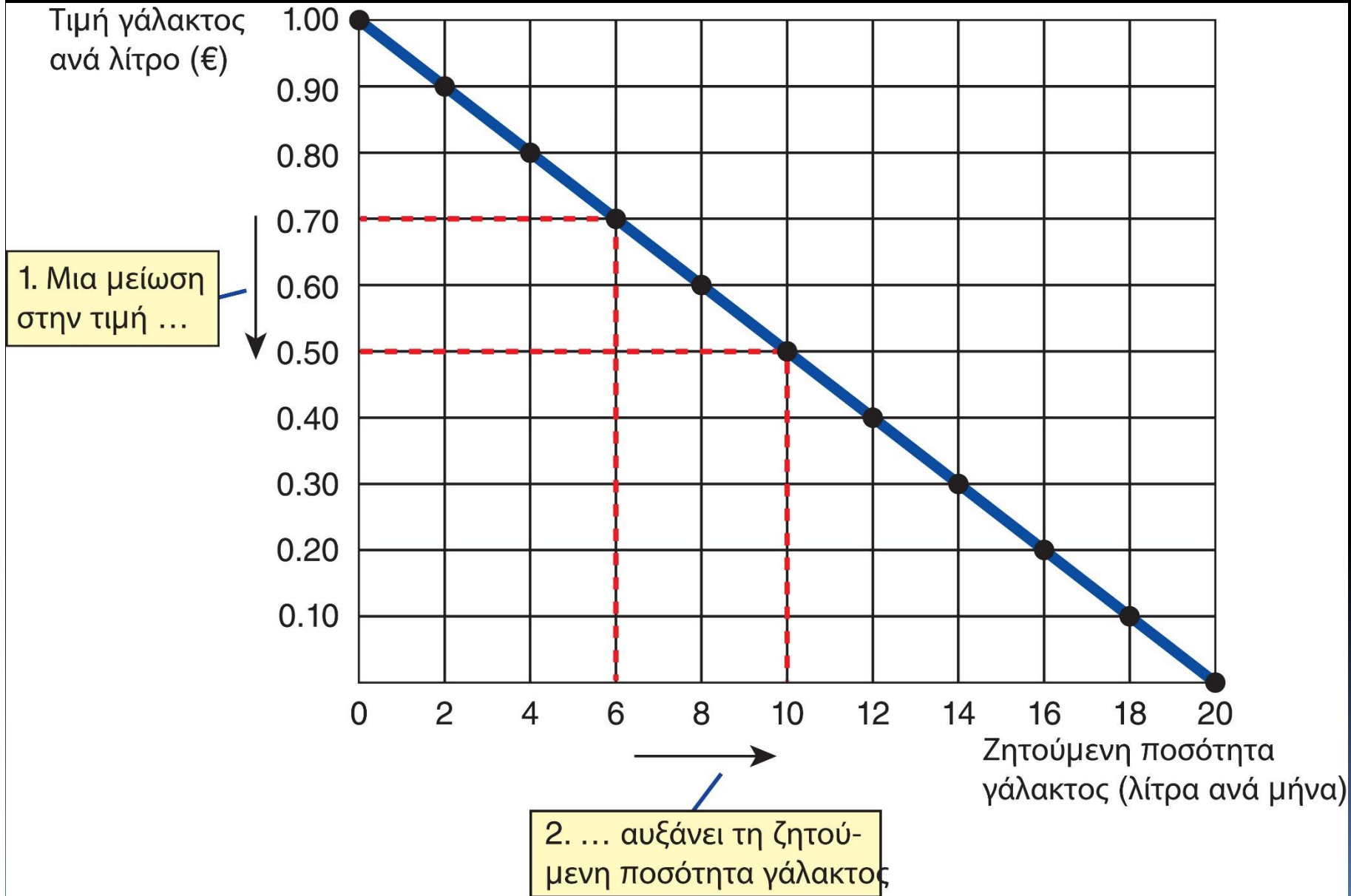
# Καμπύλη Ζήτησης: Η σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας

Ο **νόμος της ζήτησης** λέει ότι, υπό την προϋπόθεση ότι οι λοιποί παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι:

- Όταν αυξάνεται η τιμή ενός αγαθού, η ζητούμενη ποσότητα του μειώνεται, και
- Όταν μειώνεται η τιμή του, η ζητούμενη ποσότητά του αυξάνεται.

Μπορούμε να δείξουμε τη σχέση μεταξύ της τιμής και της ζητούμενης ποσότητας σε έναν πίνακα όπως αυτόν του Σχήματος 3.1.

# ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1: Η Κλίμακα Ζήτησης της Εύας και η Καμπύλη Ζήτησης





## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1: Η Κλίμακα Ζήτησης της Εύας και η Καμπύλη Ζήτησης

*Η κλίμακα ζήτησης δείχνει τη ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή.*

*Η καμπύλη ζήτησης, που απεικονίζει τη κλίμακα ζήτησης, δείχνει πώς μεταβάλλεται η ζητούμενη ποσότητα του αγαθού όταν μεταβάλλεται η τιμή του.*

*Επειδή η χαμηλότερη τιμή τείνει να αυξήσει τη ζητούμενη ποσότητα, η καμπύλη ζήτησης έχει αρνητική κλίση (κατέρχεται προς τα κάτω και δεξιά).*

# Ζήτηση της αγοράς έναντι ατομικής ζήτησης

Για να αναλύσουμε πώς λειτουργούν οι αγορές, είναι ανάγκη να προσδιορίσουμε την **ζήτηση της αγοράς**, που είναι:

- Το άθροισμα όλων των ατομικών ζητήσεων για ένα συγκεκριμένο αγαθό ή μια υπηρεσία.

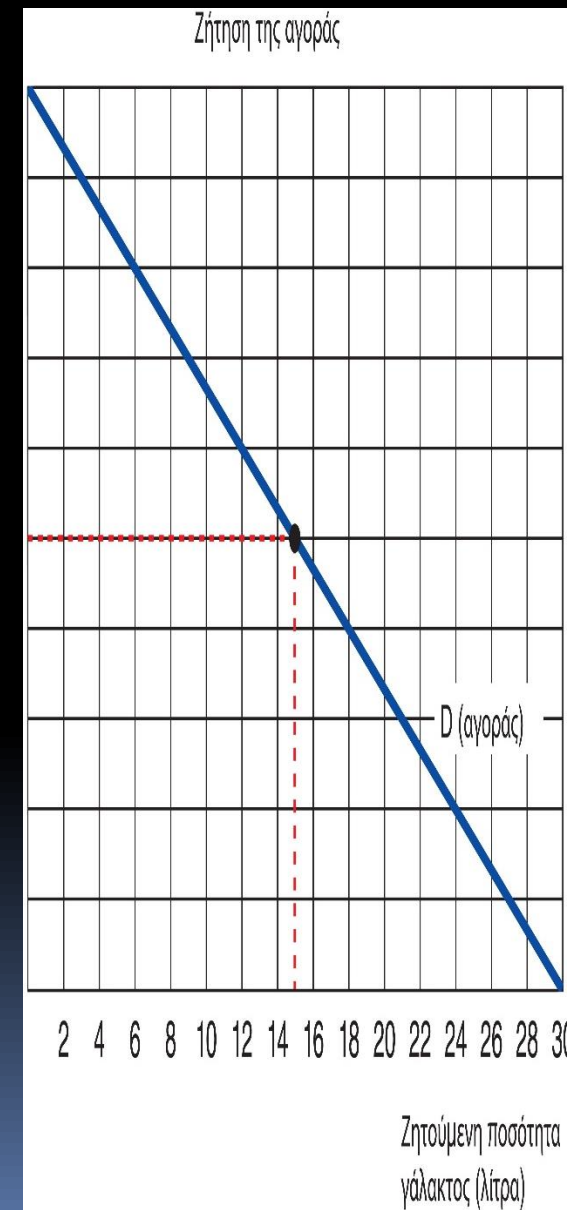
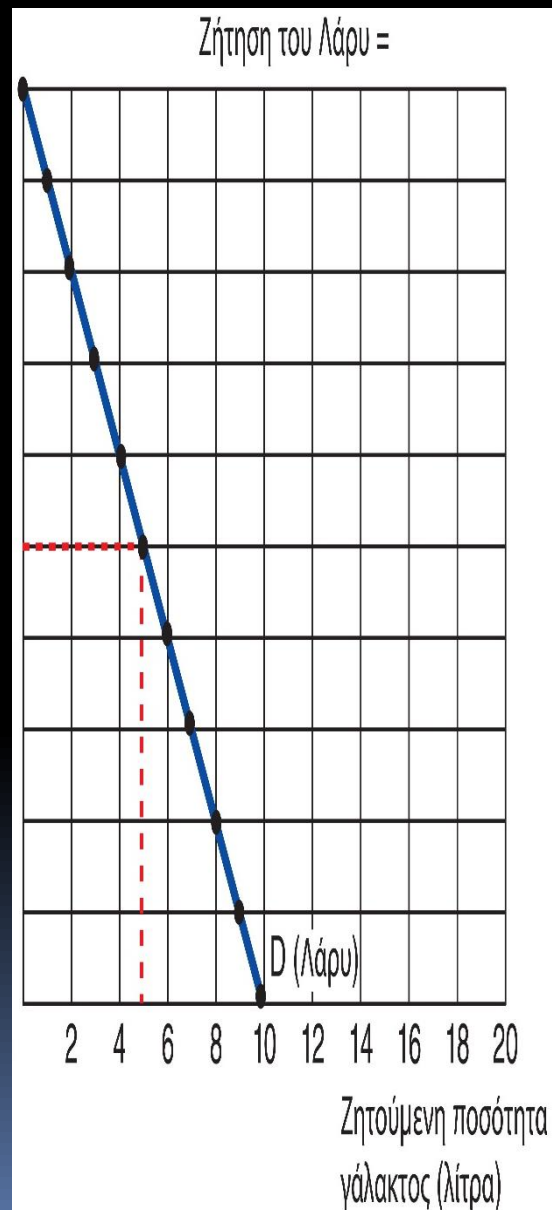
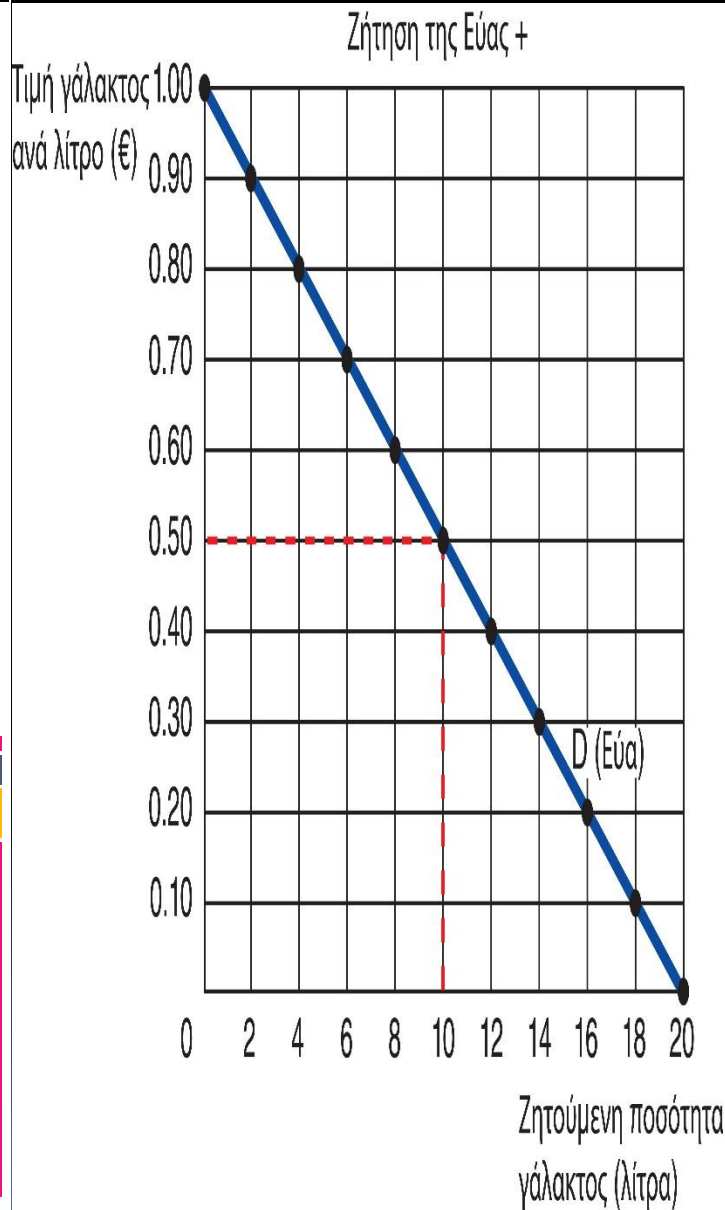
Για να βρούμε τη **συνολικά ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή**:

- Προσθέτουμε τις ατομικές ποσότητες που βρίσκουμε στον οριζόντιο άξονα των ατομικών καμπυλών ζήτησης.

Η **καμπύλη ζήτησης της αγοράς** δείχνει:

- Πώς μεταβάλλεται η συνολικά ζητούμενη ποσότητα από ένα αγαθό, όταν μεταβάλλεται η τιμή του αγαθού.

# ΣΧΗΜΑ 3.2: Ζήτηση της Αγοράς ως Άθροισμα των Ατομικών Καμπυλών Ζήτησης



## ΣΧΗΜΑ 3.2: Ζήτηση της Αγοράς ως Άθροισμα των Ατομικών Καμπυλών Ζήτησης

Η ζητούμενη ποσότητα σε μία αγορά είναι το άθροισμα των ζητούμενων ποσοτήτων από όλους τους αγοραστές σε κάθε τιμή.

Έτσι, βρίσκουμε την καμπύλη ζήτησης της αγοράς προσθέτοντας οριζοντίως τις ατομικές καμπύλες ζήτησης.

Στη τιμή των €0,50, η Εύα θα αγοράζε 10 λίτρα γάλακτος, αλλά ο Λάρυ θα αγοράζε μόνο 5 λίτρα.

Επομένως, η ζητούμενη ποσότητα στην αγορά, σ' αυτήν την τιμή, είναι 15 λίτρα.

# Μετατοπίσεις έναντι κινήσεων κατά μήκος της καμπύλης ζήτησης

Η μετατόπιση προκαλείται από έναν παράγοντα που επηρεάζει τη ζήτηση, **εκτός από τη μεταβολή στην τιμή.**

Αυτοί οι παράγοντες παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω ως συναρτησιακή μορφή:

$$D = f(P_n, P_1, P_2, \dots, P_{n-1}, Y, T, P_{LS}, A, E)$$

$P_n$  = Τιμή

$P_1, P_2, \dots, P_{n-1}$  = Τιμές άλλων αγαθών – υποκατάστατα και συμπληρωματικά

$Y$  = Εισοδήματα – επίπεδο και κατανομή του εισοδήματος

$T$  = Προτιμήσεις και μόδες

$P_{LS}$  = Επίπεδο και σύνθεση του πληθυσμού

$A$  = Διαφήμιση

$E$  = Προσδοκίες των καταναλωτών

# Μετατοπίσεις έναντι κινήσεων κατά μήκος της καμπύλης ζήτησης

Αν αλλάξει κάποια από τις μεταβλητές που επηρεάζουν τη ζήτηση, εκτός από την τιμή, η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται:

- Είτε προς τα δεξιά (αύξηση της ζήτησης)
- Είτε προς τα αριστερά (μείωση της ζήτησης).

# Μετατοπίσεις έναντι κινήσεων κατά μήκος της καμπύλης ζήτησης

## Κίνηση Κατά Μήκος της Καμπύλης Ζήτησης:

Ας υποθέσουμε ότι η τιμή του γάλακτος μειώνεται. Γνωρίζουμε ότι η μείωση της τιμής οδηγεί σε αύξηση της ζητούμενης ποσότητας.

Η αύξηση αυτή οφείλεται σε δύο λόγους:

### 1. **Εισοδηματική Επίδραση.**

Αν υποθέσουμε ότι τα εισοδήματα παραμένουν σταθερά, τότε μια μείωση στην τιμή του γάλακτος σημαίνει ότι οι καταναλωτές μπορούν τώρα να αγοράζουν περισσότερο με το εισόδημά τους. Με άλλα λόγια:

- Το πραγματικό εισόδημά τους, δηλαδή το τι μπορούν να αγοράσουν με ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό κάθε χρονική στιγμή, έχει αυξηθεί και ένα μέρος της αύξησης της ζητούμενης ποσότητας μπορεί να αποδοθεί σ' αυτό το αποτέλεσμα.

# Μετατοπίσεις έναντι κινήσεων κατά μήκος της καμπύλης ζήτησης

## Κίνηση Κατά Μήκος της Καμπύλης Ζήτησης:

### 2. Επίδραση Υποκατάστασης.

Τώρα που το γάλα είναι φθηνότερο σε σχέση με άλλα προϊόντα, όπως το χυμό φρούτων, κάποιοι καταναλωτές επιλέγουν να υποκαταστήσουν τα ακριβότερα ποτά με το πλέον φθηνότερο γάλα.

- Στην αλλαγή αυτή οφείλεται το υπόλοιπο μέρος της αύξησης της ζητούμενης ποσότητας.



# Μετατόπιση της Καμπύλης Ζήτησης

Εάν συμβεί κάτι που μεταβάλλει τη ζητούμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται.

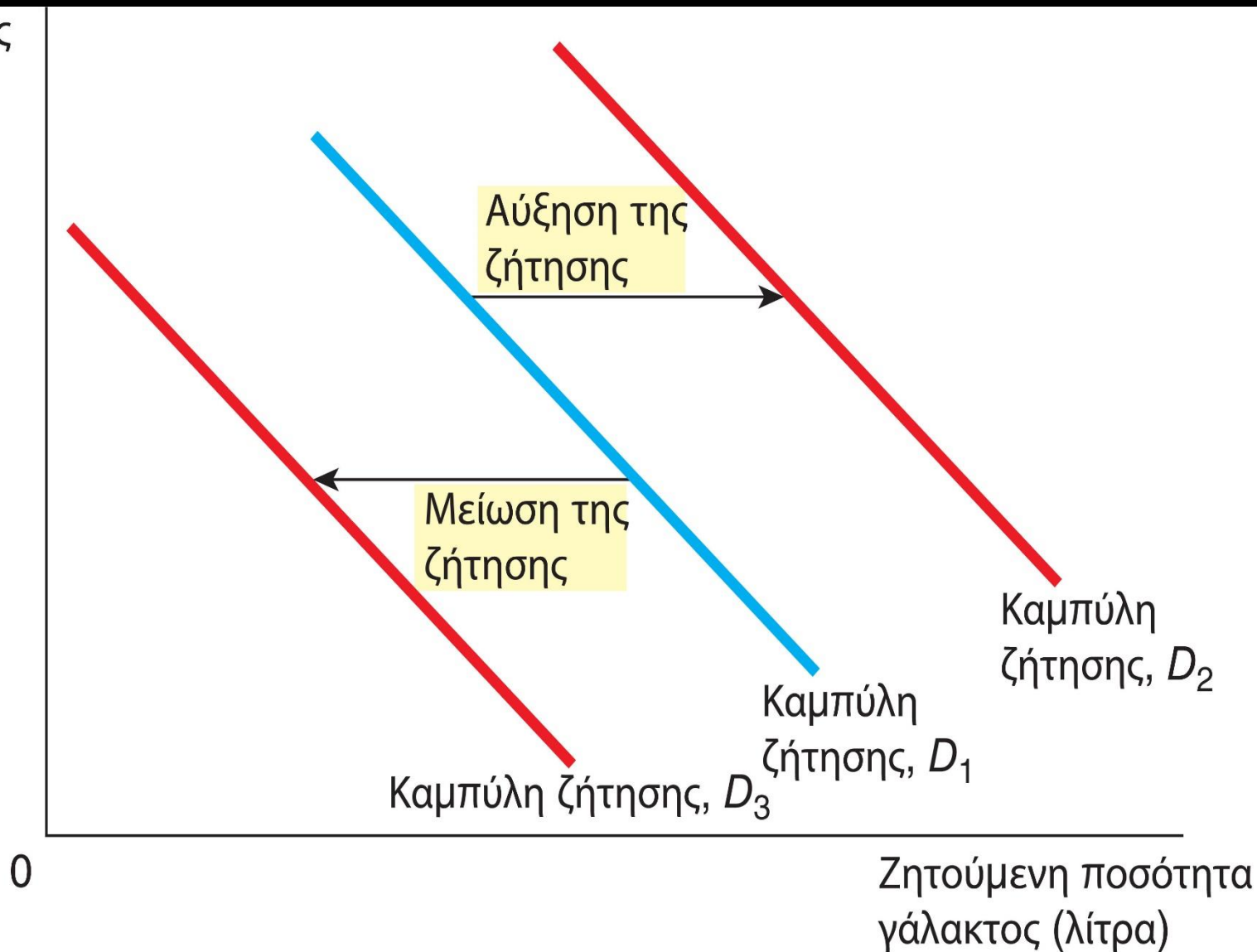
Για παράδειγμα, ας υποθέσουμε ότι:

- Μια κορυφαία Ευρωπαϊκή ιατρική σχολή δημοσίευσε αποτελέσματα ερευνών που έδειξαν ότι οι άνθρωποι που πίνουν γάλα σε τακτική βάση είναι πιο υγιείς και ζουν περισσότερο.

Αυτό το εύρημα θα προκαλούσε αύξηση στη ζήτηση γάλακτος.

# ΣΧΗΜΑ 3.3: Μετατοπίσεις της Καμπύλη Ζήτησης

Τιμή γάλακτος  
ανά λίτρο (€)



## ΣΧΗΜΑ 3.3: Μετατοπίσεις της Καμπύλη Ζήτησης

Κάθε μεταβολή που αυξάνει την ποσότητα που οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράσουν σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης προς τα δεξιά.

Κάθε αλλαγή που μειώνει την ποσότητα που οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράσουν σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης προς τα αριστερά.

# Μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης

Ακολουθεί μια σύντομη περίληψη των παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση και προκαλούν μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης.

## Τιμές άλλων (σχετικών) προϊόντων:

- Όταν μια μείωση της τιμής ενός αγαθού προκαλεί μείωση στη ζητούμενη ποσότητα ενός άλλου, τα δύο αγαθά ονομάζονται **υποκατάστατα**.
  - Όσο πιο στενά συνδέονται τα υποκατάστατα προϊόντα, τόσο μεγαλύτερη επίδραση θα δούμε στη ζήτηση, αν μεταβληθεί η τιμή ενός από τα υποκατάστατα.
- Όταν μια μείωση της τιμής ενός αγαθού προκαλεί αύξηση της ζήτησης ενός άλλου αγαθού, τα δύο αγαθά ονομάζονται **συμπληρωματικά**.

# Μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης

## Εισόδημα:

- Χαμηλότερο εισόδημα σημαίνει ότι έχετε λιγότερα χρήματα να δαπανήσετε συνολικά, και επομένως θα αναγκαστείτε να δαπανήσετε λιγότερα σε κάποια –και κατά πάσα πιθανότητα στα περισσότερα– αγαθά.
- Εάν η ζήτηση για ένα αγαθό μειώνεται όταν μειώνεται το εισόδημα, το αγαθό ονομάζεται **κανονικό αγαθό**.
- Αν αυξηθεί η ζήτηση για ένα αγαθό, όταν το εισόδημα μειώνεται, το αγαθό ονομάζεται **κατώτερο αγαθό**.
  - Ένα παράδειγμα κατώτερου αγαθού μπορεί να είναι οι μετακινήσεις με λεωφορείο.

## Διαφήμιση:

- Όταν μια επιχείρηση αποφασίσει να προβάλλει περισσότερο ένα προϊόν της μέσω διαφήμισης, να αυξηθεί η ζήτηση για το προϊόν αυτό.

# Μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης

## Προτιμήσεις:

- Η κατανόηση του ρόλου των προτιμήσεων στην καταναλωτική συμπεριφορά αποκτά μεγαλύτερη σημασία, καθώς η έρευνα στους τομείς της ψυχολογίας και της νευρολογίας εφαρμόζεται και στα οικονομικά.

## Πληθυσμός:

- Η ζήτηση της αγοράς προκύπτει από τις ατομικές καμπύλες ζήτησης, οπότε, όσο περισσότεροι είναι οι αγοραστές, τόσο υψηλότερη θα είναι πιθανόν η ζήτηση της αγοράς.
- Μεταβολές στη σύνθεση του πληθυσμού επηρεάζουν, επίσης, τη ζήτηση.

## Προσδοκίες καταναλωτών:

- Οι προσδοκίες για το μέλλον μπορεί να επηρεάσουν τη ζήτηση για ένα αγαθό ή μια υπηρεσία στο παρόν.

# 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.

# ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1: Μεταβλητές που Επηρεάζουν τους Αγοραστές

Ο πίνακας αυτός απαριθμεί τις μεταβλητές που επηρεάζουν τη ποσότητα που επιλέγουν οι καταναλωτές να αγοράσουν από ένα αγαθό . Προσέξτε 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 αλλαγή σ' αυτήν τη μεταβλητή ...
Τιμή	Εκφράζει μία μετακίνηση πάνω στην καμπύλη ζήτησης
Τιμές άλλων, συνδεόμενων αγαθών	Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης
Εισόδημα	Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης
Προτιμήσεις	Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης
Πληθυσμός	Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης
Διαφήμιση	Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης
Προσδοκίες	Μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης



# Η καμπύλη προσφοράς: Η σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας

Η **προσφερόμενη ποσότητα** κάθε αγαθού ή υπηρεσίας είναι η ποσότητα που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι και ικανοί να πωλήσουν σε διαφορετικές τιμές.

Υπάρχουν πολλοί προσδιοριστικοί παράγοντες της προσφερόμενης ποσότητας, αλλά και πάλι η τιμή παίζει έναν ξεχωριστό ρόλο στην ανάλυσή μας.

- Όταν η τιμή του γάλακτος είναι υψηλή, η πώληση γάλακτος είναι κερδοφόρα, και επομένως οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν περισσότερο γάλα.
- Όταν η τιμή του γάλακτος είναι χαμηλή, η επιχείρηση είναι λιγότερο κερδοφόρα, και έτσι οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να παράγουν λιγότερο γάλα.

# Η καμπύλη προσφοράς: Η σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας

Επειδή η προσφερόμενη ποσότητα αυξάνεται όταν αυξάνεται η τιμή και μειώνεται καθώς η τιμή μειώνεται, λέμε ότι η προσφερόμενη ποσότητα **συνδέεται θετικά** με την τιμή του αγαθού.

- Η σχέση αυτή μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας ονομάζεται **νόμος της προσφοράς**.

Ο πίνακας στο Σχήμα 3.4 δείχνει την ποσότητα που ο Νίκος, ο γαλακτοπαραγωγός, είναι διατεθειμένος να προσφέρει, σε διάφορες τιμές του γάλακτος.

- Σε τιμή μικρότερη από €0,10 το λίτρο, ο Νίκος δεν προσφέρει καθόλου γάλα.
- Όσο η τιμή αυξάνεται, η ποσότητα που είναι διατεθειμένος να προσφέρει αυξάνεται ολοένα και περισσότερο.

# Η καμπύλη προσφοράς: Η σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας

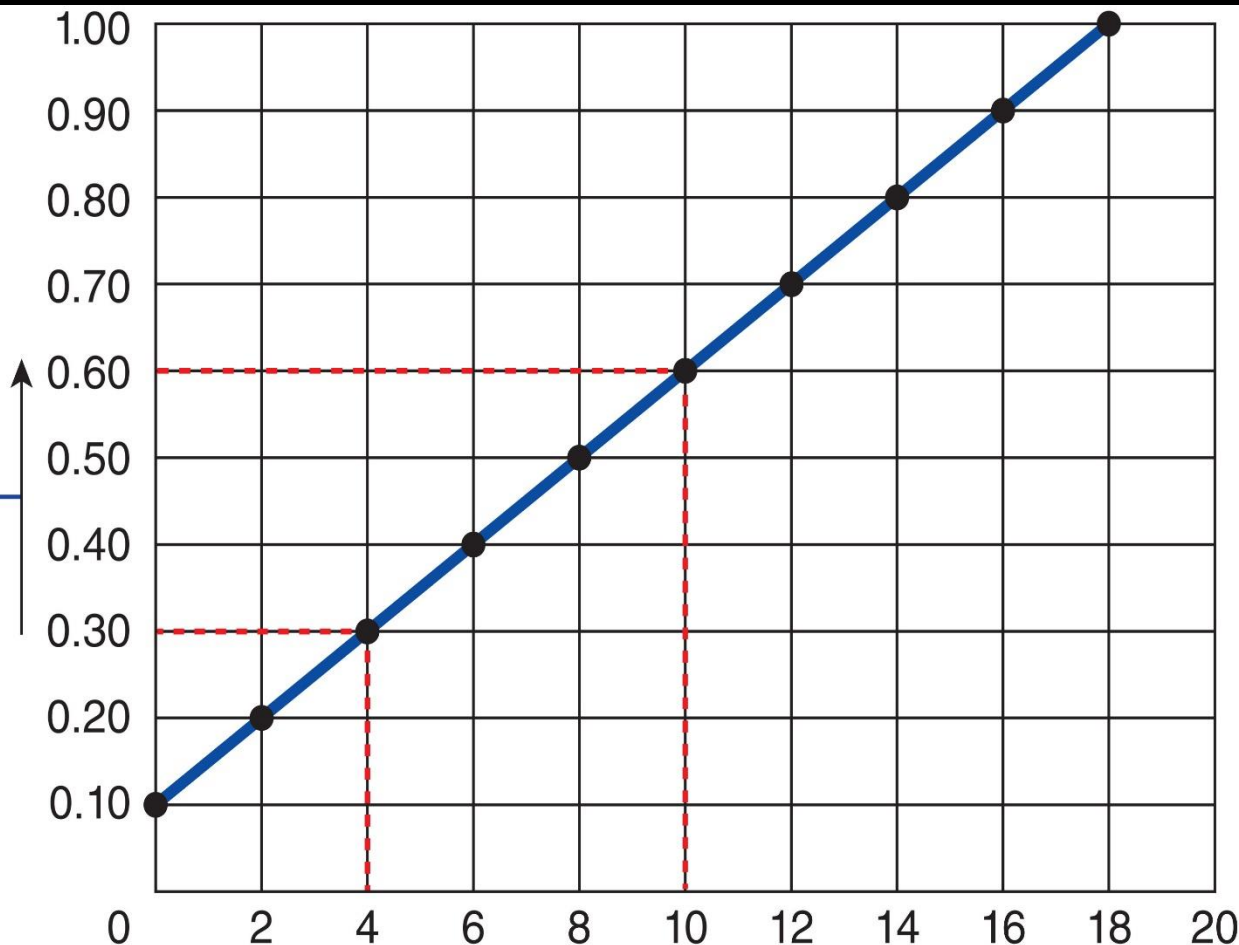
Ο πίνακας αυτός ονομάζεται **κλίμακα προσφοράς** (supply schedule), και δείχνει τη σχέση ανάμεσα στην τιμή ενός αγαθού και την προσφερόμενη ποσότητα του, όταν:

- Διατηρούνται αμετάβλητοι όλοι οι άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την ποσότητα που θέλουν να πουλήσουν οι παραγωγοί.

Η **καμπύλη προσφοράς** έχει θετική κλίση, επειδή, αν όλοι οι υπόλοιποι παράγοντες μένουν αμετάβλητοι, μία υψηλότερη τιμή σημαίνει μεγαλύτερη προσφερόμενη ποσότητα.

# ΣΧΗΜΑ 3.4: Κλίμακα Προσφοράς του Νίκου και Καμπύλη Προσφοράς

Τιμή γάλακτος  
ανά λίτρο (€)



1. Μια αύξηση  
της τιμής ...

2. ... αυξάνει την ποσό-  
τητα του προσφερόμενου  
γάλακτος

Ποσότητα γάλακτος που  
προσφέρεται (λίτρα ανά μήνα)

## ΣΧΗΜΑ 3.4: Κλίμακα Προσφοράς του Νίκου και Καμπύλη Προσφοράς

Η κλίμακα προσφοράς δείχνει την προσφερόμενη ποσότητα σε κάθε τιμή.

Η καμπύλη προσφοράς, που απεικονίζει την πιο πάνω κλίμακα προσφοράς, δείχνει πώς μεταβάλλεται η προσφερόμενη ποσότητα γάλακτος, όταν μεταβάλλεται η τιμή του.

Επειδή, όσο υψηλότερη είναι η τιμή, τόσο υψηλότερη είναι και η προσφερόμενη ποσότητα, η καμπύλη προσφοράς έχει κλίση θετική.

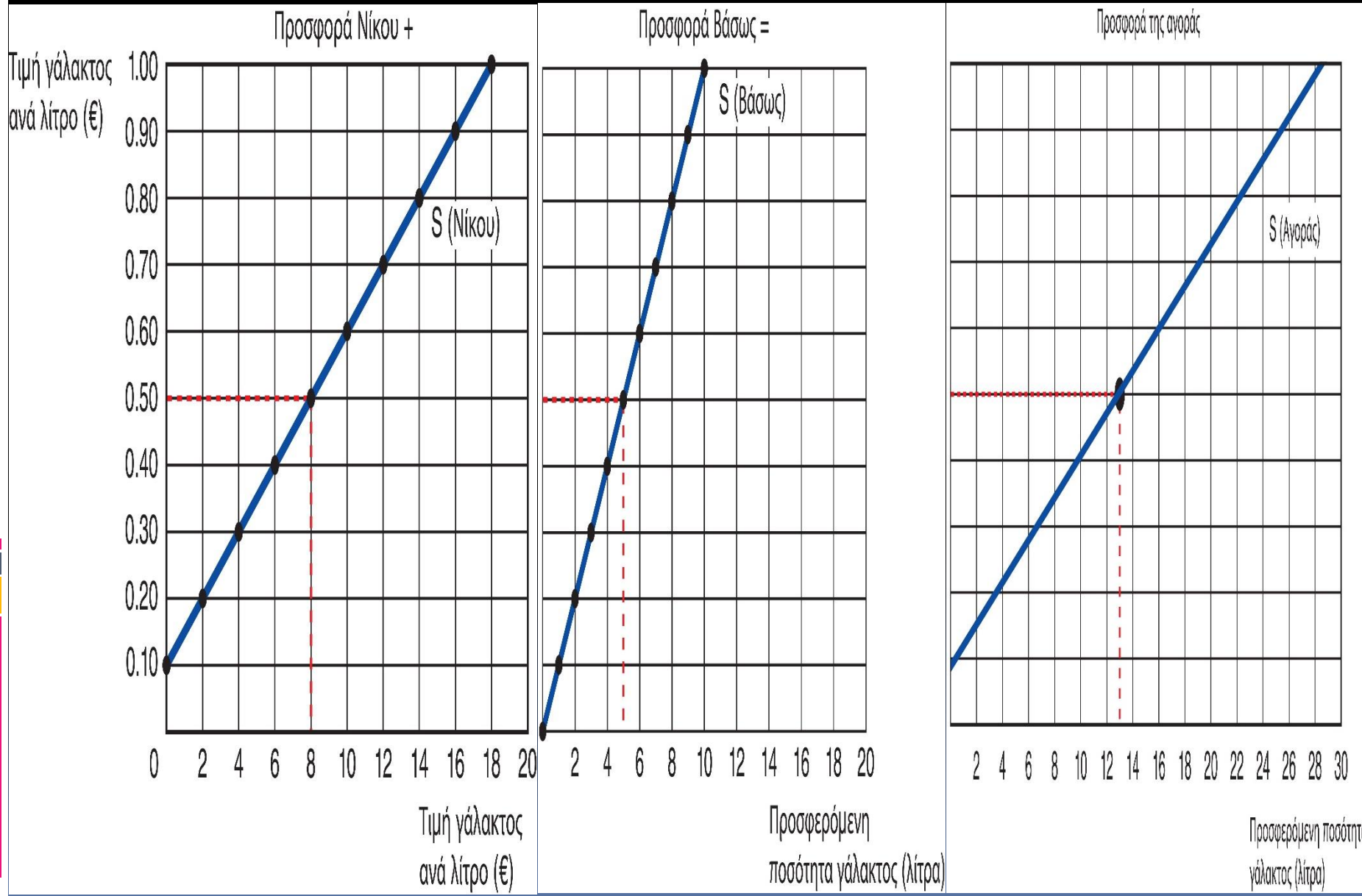
# Προσφορά της αγοράς έναντι της ατομικής προσφοράς

Ο πίνακας του Σχήματος 3.5 δείχνει τις κλίμακες προσφοράς δύο γαλακτοπαραγωγών, του Νίκου και της Βάσως.

Όπως και με τις καμπύλες ζήτησης, βρίσκουμε τη συνολική ποσότητα που προσφέρεται σε κάθε τιμή, προσθέτοντας τις ατομικές ποσότητες που βρίσκονται στον οριζόντιο άξονα των ατομικών καμπυλών προσφοράς.

Η καμπύλη προσφοράς της αγοράς δείχνει πώς μεταβάλλεται η συνολική προσφερόμενη ποσότητα όταν μεταβάλλεται η τιμή του αγαθού.

# ΣΧΗΜΑ 3.5: Προσφορά της Αγοράς ως Άθροισμα Ατομικών Προσφορών



## ΣΧΗΜΑ 3.5: Προσφορά της Αγοράς ως Άθροισμα Ατομικών Προσφορών

Η προσφερόμενη ποσότητα σε μία αγορά είναι το άθροισμα των προσφερόμενων ποσοτήτων από όλους τους πωλητές σε κάθε τιμή.

Έτσι, βρίσκουμε την καμπύλη προσφοράς της αγοράς, αθροίζοντας οριζοντίως τις ατομικές καμπύλες προσφοράς.

Στη τιμή των **€0,50**, ο Νίκος προσφέρει **8 λίτρα** γάλα και η Βάσω προσφέρει **5 λίτρα**.

Η προσφερόμενη ποσότητα στην αγορά στην την τιμή αυτή, είναι **13 λίτρα**.



# Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

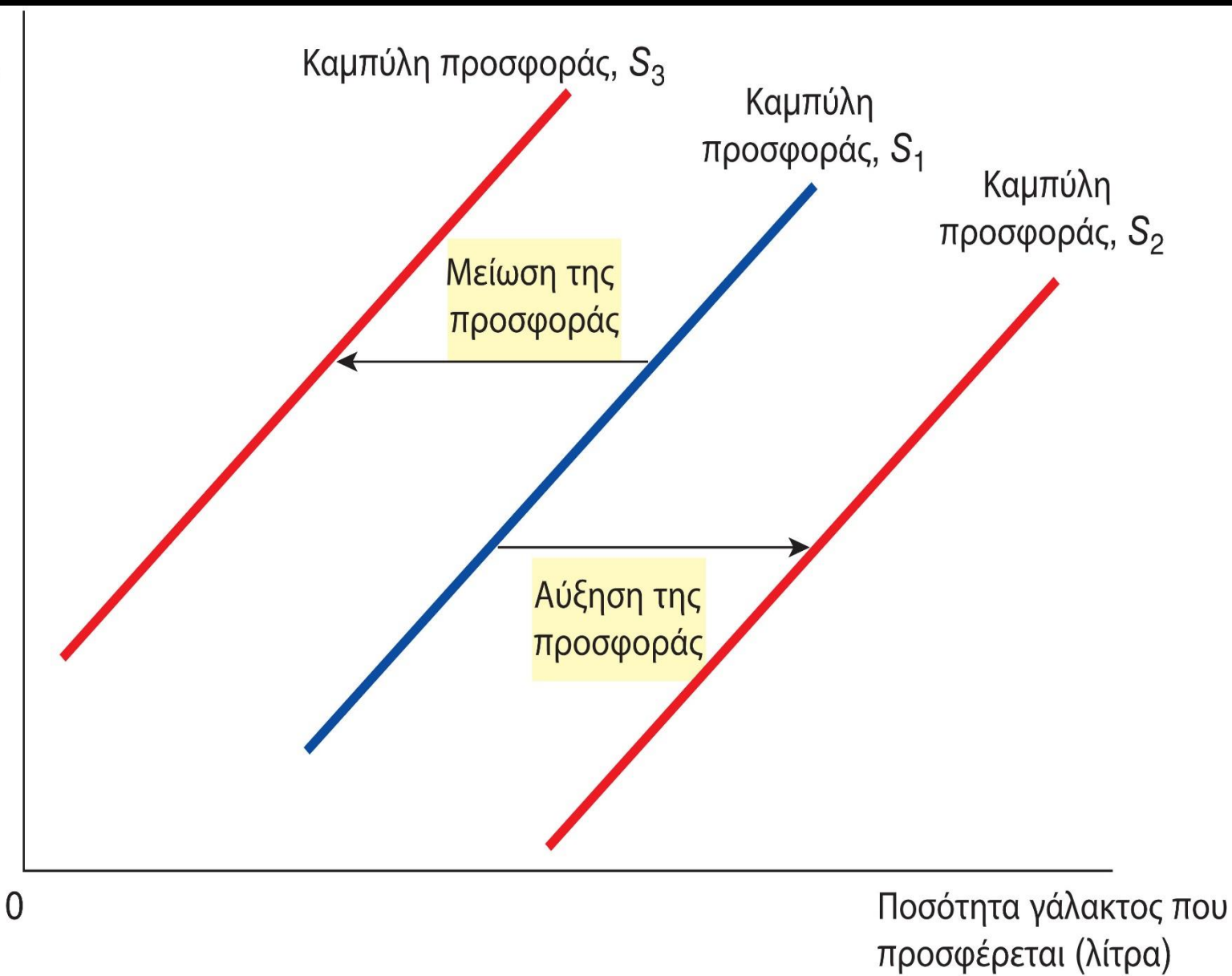
Ας υποθέσουμε, για παράδειγμα, ότι μειώνεται η τιμή της ζωοτροφής.

- Επειδή η ζωοτροφή αποτελεί μια εισροή στην παραγωγή γάλακτος, η μείωση της τιμής της ζωοτροφής καθιστά τη πώληση γάλακτος πιο κερδοφόρα.
- Η μεταβολή αυτή αυξάνει την προσφερόμενη ποσότητα γάλακτος: σε κάθε δεδομένη τιμή, οι πωλητές είναι τώρα πρόθυμοι να παράγουν μεγαλύτερη ποσότητα.

Έτσι, η καμπύλη προσφοράς γάλακτος **μετατοπίζεται προς τα δεξιά**.

# ΣΧΗΜΑ 3.6: Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

Τιμή γάλακτος  
ανά λίτρο (€)



## ΣΧΗΜΑ 3.6: Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

Κάθε μεταβολή που αυξάνει την ποσότητα την οποία θέλουν οι πωλητές να παράγουν, σε κάθε δεδομένη τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς προς τα δεξιά.

Κάθε μεταβολή που μειώνει την ποσότητα την οποία θέλουν οι πωλητές να παράγουν, σε κάθε δεδομένη τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς προς τα αριστερά.

# Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

Μετατόπιση της καμπύλης προσφοράς προκαλείται από έναν ή περισσότερους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά, **εκτός από την τιμή.**

Όπως και στη ζήτηση, μπορούμε να εκφράσουμε αυτούς τους παράγοντες με μια εξίσωση::

$$S = f(P_n, P_n \dots P_{n-1}, H, N/S_f, F_1 \dots F_m, E, S_q)$$

$P_n$  = Τιμή

$P_n \dots P_{n-1}$  = Κερδοφορία άλλων αγαθών στην παραγωγή, και τιμές αγαθών σε κοινή προσφορά (συμπαραγωγή)

$H$  = Τεχνολογία

$N/S_f$  = Φυσικές καταστροφές/Κοινωνικοί παράγοντες

$F_1 \dots F_m$  = Κόστη παραγωγής

$E$  = Προσδοκίες παραγωγών

$S_q$  = Αριθμός πωλητών

# Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

Αν μεταβληθεί κάποιος από τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά, εκτός από την τιμή, η καμπύλη προσφοράς μετατοπίζεται.

Ακολουθεί μια σύντομη περιγραφή αυτών των παραγόντων.

## Κερδοφορία Άλλων Αγαθών στην Παραγωγή και Τιμές Αγαθών σε Κοινή Προσφορά (συμπααραγωγή):

- Οι επιχειρήσεις έχουν κάποια ευελιξία στην προσφορά των προϊόντων και, σε κάποιες περιπτώσεις, μπορούν να στρέψουν την παραγωγή σε άλλα αγαθά. Για παράδειγμα:
  - Οι κατασκευαστές οχημάτων μπορούν να χρησιμοποιούν τις γραμμές παραγωγής τους για να παράγουν διαφορετικούς τύπους οχημάτων, και το ίδιο μπορούν να κάνουν και άλλοι κατασκευαστές.

# Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

## Τεχνολογία:

- Η πρόοδος της τεχνολογίας αυξάνει την παραγωγικότητα και καθιστά δυνατή την παραγωγή μεγαλύτερων ποσοτήτων με μικρότερες εισροές παραγωγικών συντελεστών.
- Ως αποτέλεσμα, μπορεί να μειωθεί το κόστος παραγωγής, τόσο το συνολικό, όσο και το ανά μονάδα προϊόντος, και να αυξηθεί η προσφορά.

## Φυσικοί/Κοινωνικοί Παράγοντες:

- Φυσικοί ή κοινωνικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά.
- Οι καιρικές συνθήκες, τις φυσικές καταστροφές, και τις κοινωνικές προσδοκίες (π.χ., για την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, τη διάθεση των απορριμμάτων, τη μείωση των εκπομπών αερίων, την ηθική εφοδιαστική αλυσίδα κ.ο.κ.), δηλαδή για τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις παραγωγής.

# Μετατοπίσεις της Καμπύλης Προσφοράς

## Τιμές Εισροών – Οι Τιμές των Συντελεστών Παραγωγής:

- Όταν η τιμή μίας ή περισσότερων από αυτές τις εισροές αυξάνεται, η παραγωγή γάλακτος γίνεται λιγότερο κερδοφόρα, και οι επιχειρήσεις προσφέρουν λιγότερο γάλα.
- Εάν οι τιμές των εισροών μειωθούν για κάποιο λόγο, τότε η παραγωγή μπορεί να γίνει πιο κερδοφόρα, και να υπάρχει κίνητρο για την αύξηση της προσφοράς σε κάθε τιμή.

## Προσδοκίες των Παραγωγών:

- Αν προσδοκά, για παράδειγμα, ότι η τιμή του γάλακτος θα αυξηθεί στο μέλλον, η επιχείρηση θα μπορούσε να επενδύσει σε υψηλότερη παραγωγική δυναμικότητα ή να αυξήσει το μέγεθος του κοπαδιού.

## Αριθμός των Πωλητών:

- Εάν υπάρχουν περισσότεροι πωλητές στην αγορά, είναι λογικό ότι η προσφορά θα αυξηθεί.

# ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2: Μεταβλητές που Επηρεάζουν τους Πωλητές

Ο πίνακας αναγράφει τις μεταβλητές που επηρεάζουν την ποσότητα που επιλέγουν οι παραγωγοί να πωλήσουν 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 προσφοράς, ενώ μία μεταβολή σε μία από τις άλλες μεταβλητές μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς.

Μεταβλητή	Μια μεταβολή στη μεταβλητή αυτή ...
Τιμή	Απεικονίζεται ως μία μετακίνηση πάνω στην καμπύλη προσφοράς
Κερδοφορία των άλλων αγαθών σε παραγωγή και τιμές των αγαθών σε κοινή προσφορά (συμπααραγωγή)	Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς
Τεχνολογία	Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς.
Φυσικοί/κοινωνικοί παράγοντες	Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς
Κόστος εισροών	Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς
Προσδοκίες των παραγωγών	Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς
Αριθμός των πωλητών	Μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς



# ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ ΜΑΖΙ

Έχοντας αναλύσει χωριστά την προσφορά και τη ζήτηση, μπορούμε να τις συνδυάσουμε για να δούμε πώς καθορίζουν την τιμή και την ποσότητα ενός αγαθού που πωλείται σε μια αγορά.

# Ισορροπία

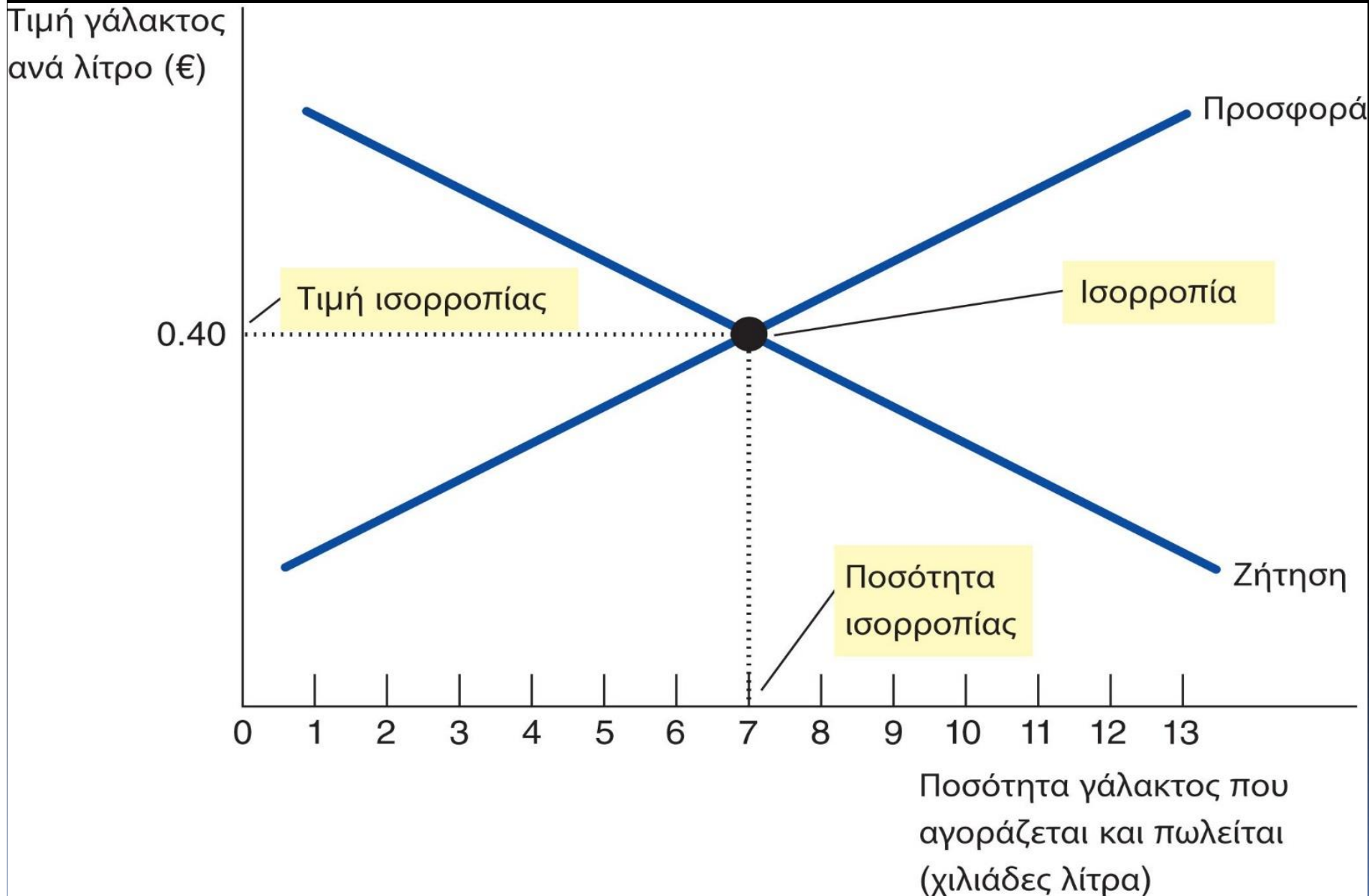
Η **ισορροπία** ορίζεται ως μία κατάσταση ηρεμίας, στην οποία καμία δύναμη δεν επενεργεί για να την μεταβάλλει.

Η **ισορροπία στην αγορά επιτυγχάνεται**, όταν ισούται ακριβώς:

- Η ποσότητα που οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι και ικανοί να αγοράσουν σε μια συγκεκριμένη τιμή, και
- Η ποσότητα που οι πωλητές είναι πρόθυμοι και ικανοί να προσφέρουν προς πώληση στην ίδια αυτή τιμή.

Η τιμή στην οποία τέμνονται οι δύο αυτές καμπύλες ονομάζεται **τιμή ισορροπίας ή τιμή της αγοράς** και η ποσότητα ονομάζεται **ποσότητα ισορροπίας**.

# ΣΧΗΜΑ 3.7: Η Ισορροπία της Προσφοράς και της Ζήτησης



## ΣΧΗΜΑ 3.7: Η Ισορροπία της Προσφοράς και της Ζήτησης

Η ισορροπία επιτυγχάνεται στο σημείο όπου τέμνονται οι καμπύλες προσφοράς και ζήτησης.

Στην τιμή ισορροπίας, η προσφερόμενη ποσότητα είναι ίση με τη ζητούμενη ποσότητα.

Εδώ η τιμή ισορροπίας είναι €0,40 το λίτρο γάλακτος: σε αυτήν την τιμή, οι πωλητές είναι πρόθυμοι να προσφέρουν προς πώληση 7.000 λίτρα γάλα και οι αγοραστές είναι πρόθυμοι να αγοράσουν 7.000 λίτρα.

# Ισορροπία

Η αγορά θα παραμένει σε κατάσταση ισορροπίας μέχρι να συμβεί κάτι που θα προκαλέσει είτε μία μετατόπιση στην καμπύλη ζήτησης είτε στην καμπύλη προσφοράς (ή και στις δύο).

Εάν υπάρξει μετατόπιση της μίας ή και των δύο από τις καμπύλες, στην επικρατούσα τιμή ισορροπίας, θα υπάρξει τώρα είτε ένα **πλεόνασμα**, είτε ένα **έλλειμμα**.

- **Πλεόνασμα:** η κατάσταση στην οποία η προσφερόμενη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από τη ζητούμενη ποσότητα στην επικρατούσα τιμή της αγοράς.
- **Έλλειμμα:** η κατάσταση στην οποία η ζητούμενη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από την προσφερόμενη ποσότητα στην επικρατούσα τιμή της αγοράς.

# Ισορροπία

Όταν υπάρχει *πλεόνασμα* στην προσφορά ενός αγαθού:

- Οι προμηθευτές δεν μπορούν να πουλήσουν όλη την ποσότητα που θέλουν στην επικρατούσα τιμή.
- Οι πωλητές βλέποντας τα αποθέματα να αυξάνονται, αντιδρούν στην **υπερβάλλουσα προσφορά** μειώνοντας τις τιμές τους.
- Όσο η τιμή μειώνεται, κάποιοι καταναλωτές πείθονται να αγοράσουν περισσότερο από το αγαθό, με αποτέλεσμα να υπάρχει μετακίνηση πάνω στην καμπύλη ζήτησης.
- Ορισμένοι πωλητές στην αγορά αντιδρούν στη μειούμενη τιμή, μειώνοντας την ποσότητα που είναι πρόθυμοι να προσφέρουν προς πώληση (μετακίνηση πάνω στην καμπύλη προσφοράς).

Οι τιμές συνεχίζουν να μειώνονται έως ότου η αγορά φτάσει σε μία νέα ισορροπία.

# Οι τιμές ως σήματα

Οι αγορές υπόκεινται σε μεταβολές και οι μεταβολές στους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση, εκτός από την τιμή, προκαλούν μία μετατόπιση στην καμπύλη και οδηγούν σε ανισορροπία.

Γιατί οι αγοραστές και οι πωλητές αντιδρούν, όταν αλλάζουν οι τιμές;

Ο λόγος είναι, ότι η τιμή ενεργεί ως σήμα, τόσο για τους πωλητές, όσο και για τους αγοραστές.

Η βασική λειτουργία της τιμής σε μια ελεύθερη αγορά είναι να ενεργεί ως σήμα για τους αγοραστές και τους πωλητές.

# Οι τιμές ως σήματα

**Στους αγοραστές**, η τιμή λέει κάτι σχετικά με το τι πρέπει να εκχωρήσουν (συνήθως ένα χρηματικό ποσό) προκειμένου:

- Να αποκτήσουν τα οφέλη που θα τους επιφέρει η κατοχή του αγαθού.

Οικονομολόγοι και ειδικοί άλλων κλάδων, όπως οι ψυχολόγοι, ερευνούν όλο και περισσότερο τη πολύπλοκη φύση των αγοραστικών αποφάσεων που παίρνουν οι άνθρωποι.

- Για παράδειγμα, η ανάπτυξη των τεχνικών μαγνητικής τομογραφίας (MRI) επιτρέπει στους ερευνητές να διερευνήσουν, πώς αντιδρά ο εγκέφαλος σε διαφορετικά ερεθίσματα, κατά τη λήψη αγοραστικών αποφάσεων.



# Οι τιμές ως σήματα

Στους πωλητές, η τιμή ενεργεί ως σήμα σχετικά με την κερδοφορία της παραγωγής.

- Για τους περισσότερους πωλητές, η αύξηση του ποσότητας ενός παραγόμενου αγαθού επιφέρει κάποιο επιπρόσθετο κόστος για τις εισροές.

Μία υψηλότερη τιμή είναι απαραίτητη, για να μπορεί ο παραγωγός:

- Να αντισταθμιστεί το επιπρόσθετο κόστος, αλλά και
- Να αποκομίσει κάποια ανταμοιβή, για το ρίσκο που αναλαμβάνει με την παραγωγή.
  - Αυτή η ανταμοιβή ονομάζεται **κέρδος**.

# Οι τιμές ως σήματα

Αν οι τιμές αυξάνονται σε μια ελεύθερη αγορά, τότε αυτό ενεργεί ως ένα διαφορετικό, αλλά συνδεδεμένο, σήμα για τους αγοραστές και τους πωλητές.

- **Για ένα πωλητή**, οι αυξανόμενες τιμές σημαίνουν ότι υπάρχει ένα έλλειμμα, και έτσι ενεργούν ως σήμα για την αύξηση της παραγωγής, επειδή ο πωλητής γνωρίζει ότι θα μπορέσει να πουλήσει ό,τι παράξει.
- **Για τους αγοραστές**, μια αυξανόμενη τιμή αλλάζει τη φύση της αντισταθμιστικής σχέσης που αντιμετωπίζουν. Οι αυξανόμενες τιμές ενεργούν ως σήμα, ότι θα πρέπει:
  - Να εκχωρηθούν περισσότερα για να αποκτηθεί το αγαθό, και
  - Να αποφανθούν αν η αξία των οφελών που θα αποκομίσουν αξίζει την επιπρόσθετη τιμή που θα πρέπει να καταβάλλουν και τη θυσία των οφελών που θα προέκυπταν από την επόμενη καλύτερη εναλλακτική.

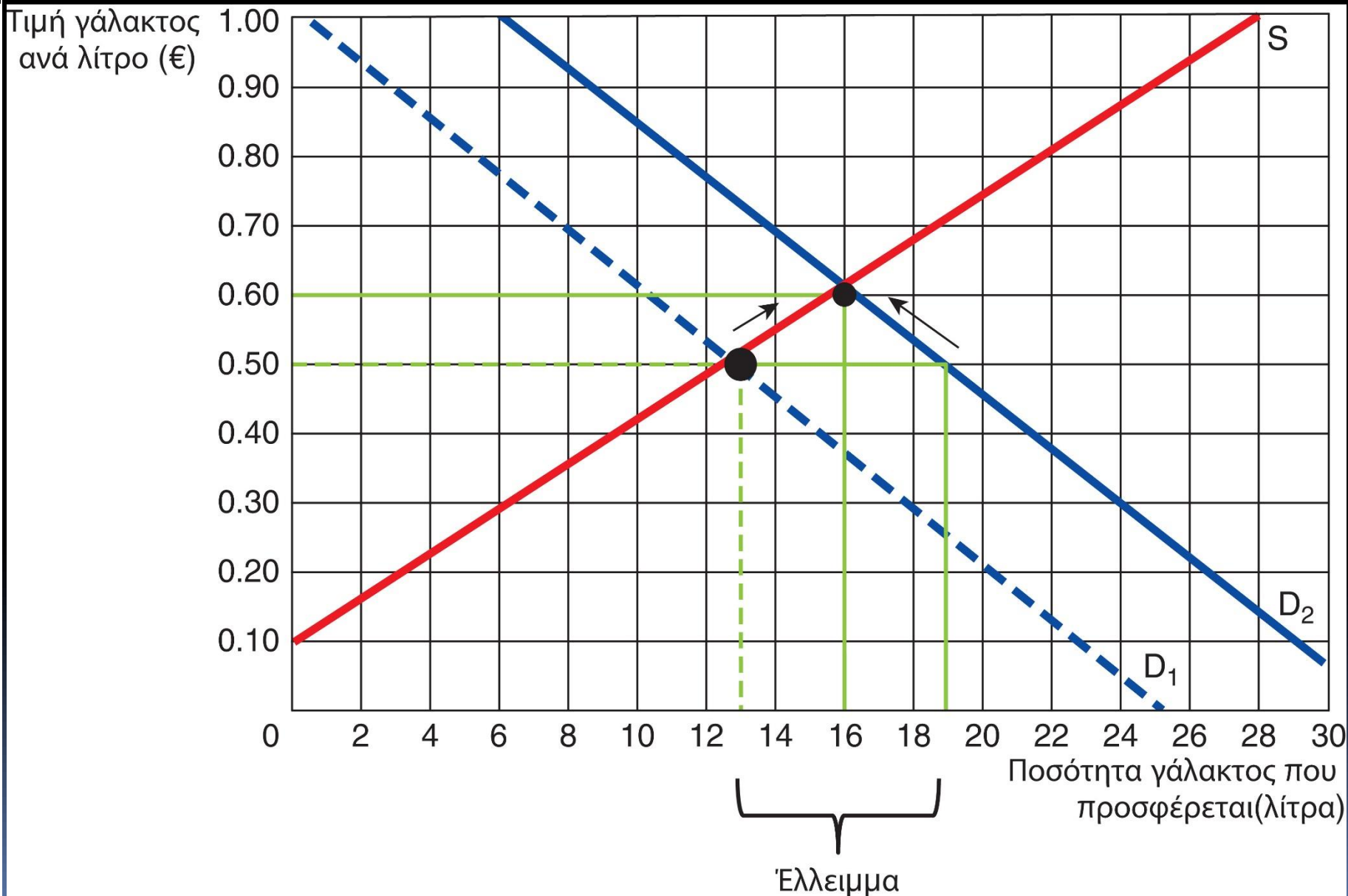
# Τρία βήματα για την ανάλυση των μεταβολών της ισορροπίας

Για να εξετάσουμε τι συμβαίνει, όταν κάποιο γεγονός μετατοπίζει μία από τις καμπύλες αυτές και μεταβάλει την ισορροπία στην αγορά, χρησιμοποιούμε τη **συγκριτική στατική ανάλυση**.

Για να γίνει αυτό, ακολουθούμε **τρία βήματα**:

1. Εξετάζουμε αν το γεγονός μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς, την καμπύλη ζήτησης, ή ίσως, σε κάποιες περιπτώσεις, και τις δύο
2. Εξετάζουμε αν η καμπύλη μετατοπίζεται προς τα δεξιά ή προς τα αριστερά.
3. Χρησιμοποιούμε το διάγραμμα προσφοράς και ζήτησης, για να συγκρίνουμε την παλαιά με τη νέα ισορροπία, και να δούμε πώς η μεταβολή επηρεάζει την τιμή και την ποσότητα ισορροπίας.

# ΣΧΗΜΑ 3.8: Πώς μια Αύξηση στη Ζήτηση Επηρεάζει την Ισορροπία



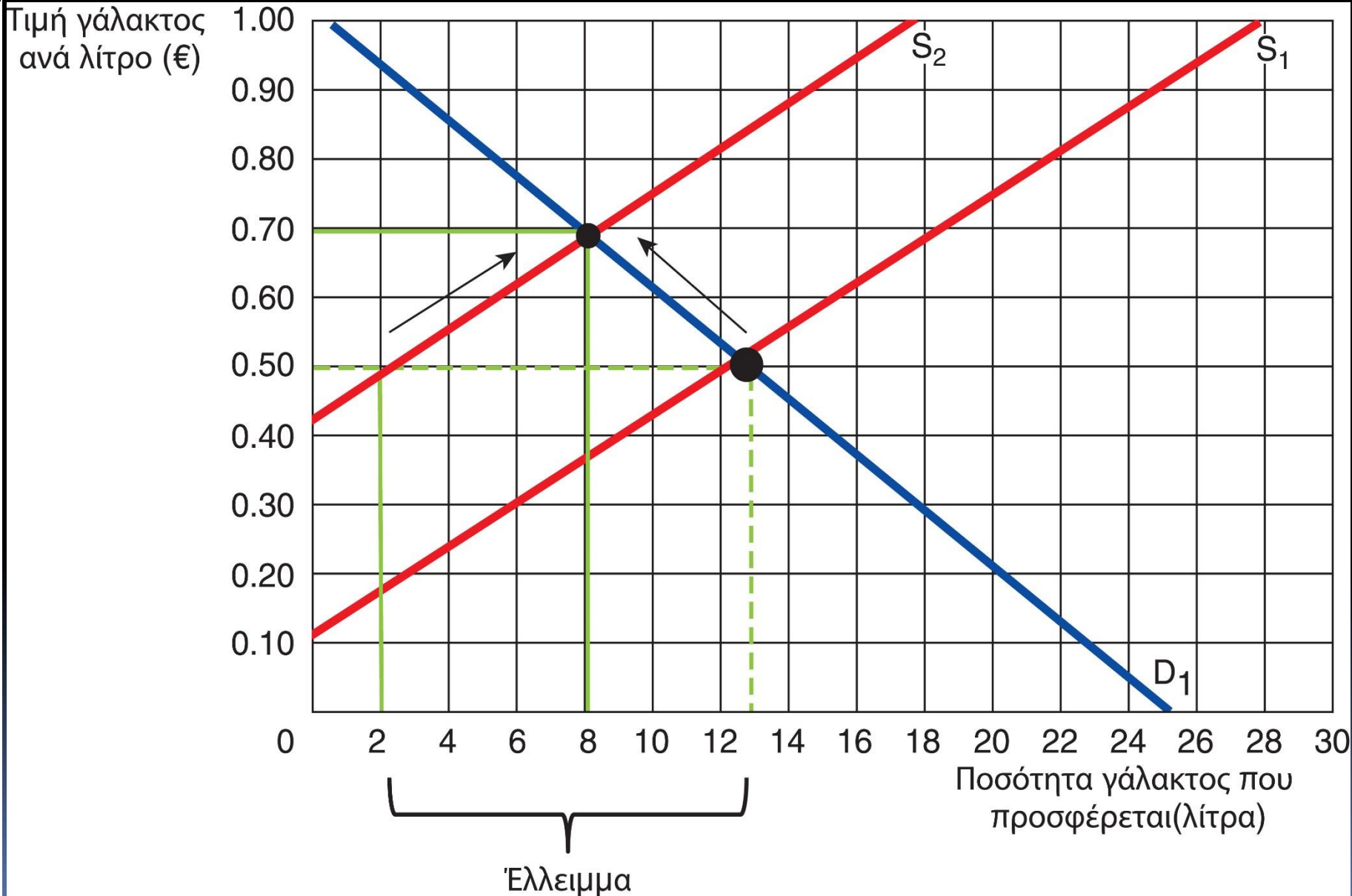
## ΣΧΗΜΑ 3.8: Πώς μια Αύξηση στη Ζήτηση Επηρεάζει την Ισορροπία

Ένα γεγονός που αυξάνει τη ζητούμενη ποσότητα, σε κάθε τιμή, μετατοπίζει την καμπύλη ζήτησης προς τα δεξιά.

Η τιμή ισορροπίας και η ποσότητα ισορροπίας αυξάνονται και οι δύο. Εδώ, ένα αφύσικα ζεστό καλοκαίρι οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης γάλακτος από τους αγοραστές.

Η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται από το  $D_1$  στο  $D_2$  και οδηγεί σε αύξηση της τιμής ισορροπίας, από €0,50 σε €0,60, και σε αύξηση της ποσότητας ισορροπίας που αγοράζεται και πουλιέται, από 13.000 λίτρα σε 16.000 λίτρα.

# ΣΧΗΜΑ 3.9: Πώς μία Μείωση της Προσφοράς Επηρεάζει την Ισορροπία



## ΣΧΗΜΑ 3.9: Πώς μία Μείωση της Προσφοράς Επηρεάζει την Ισορροπία

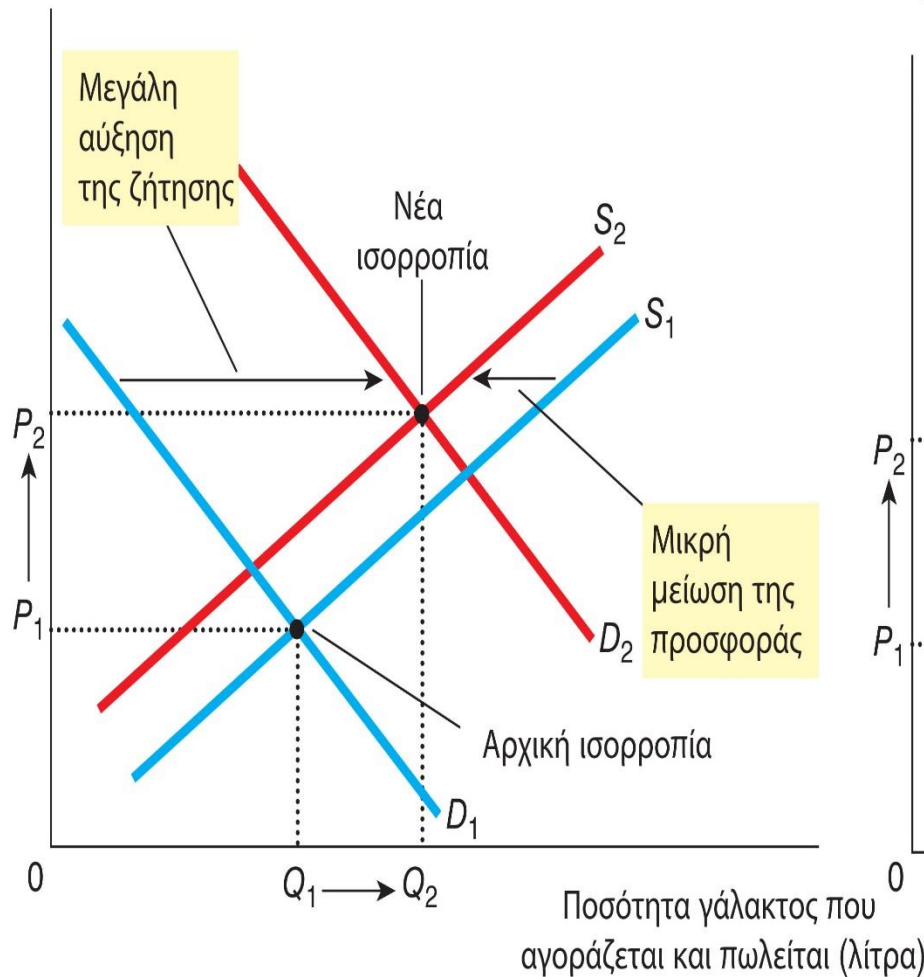
Ένα γεγονός που μειώνει την προσφερόμενη ποσότητα σε κάθε τιμή μετατοπίζει την καμπύλη προσφοράς προς τα αριστερά.

Η τιμή ισορροπίας αυξάνεται και η ποσότητα ισορροπίας μειώνεται. Εδώ, μια αύξηση στην τιμή των ζωοτροφών (μιας εισροής) κάνει τους πωλητές να προσφέρουν λιγότερο γάλα.

Η καμπύλη προσφοράς μετατοπίζεται από το  $S_1$  στο  $S_2$  και προκαλεί, αύξηση της τιμής ισορροπίας από €0,50 σε €0,70, και μείωση της ποσότητας ισορροπίας από τα 13.000 λίτρα στα 8.000 λίτρα.

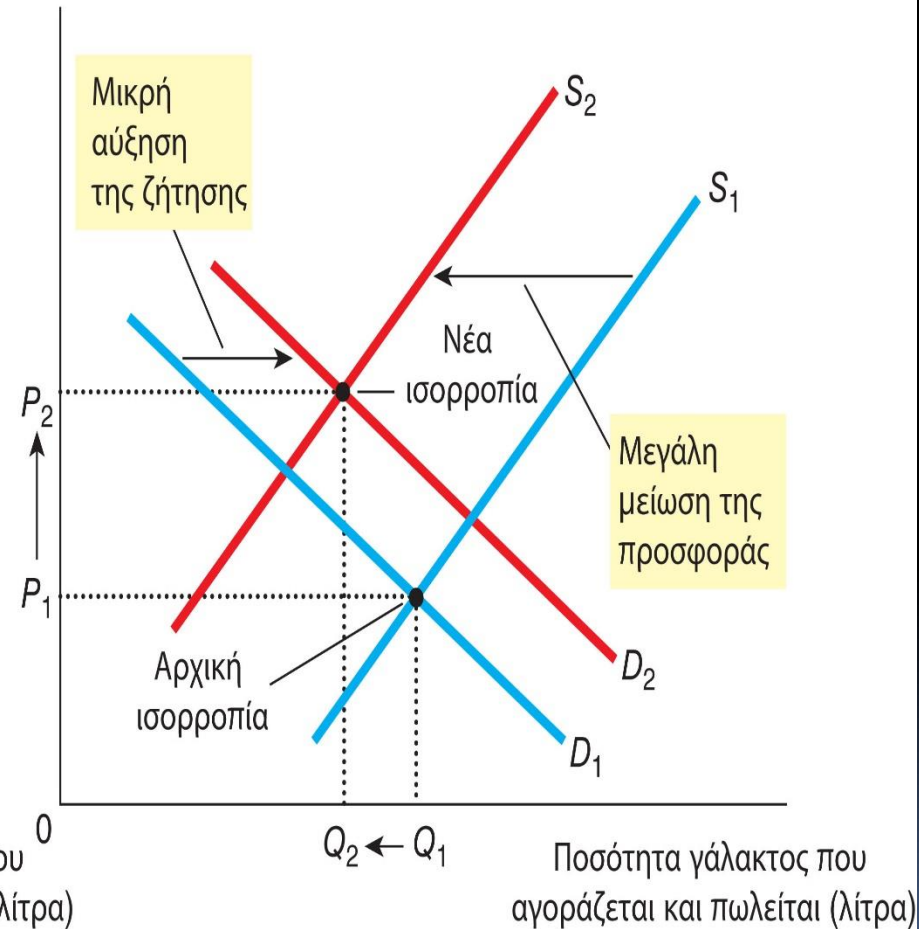
# ΣΧΗΜΑ 3.10: Μετατόπιση και της Προσφοράς και της Ζήτησης

Τιμή γάλακτος  
ανά λίτρο (€)



(α) Η τιμή αυξάνεται, η ποσότητα αυξάνεται

Τιμή γάλακτος  
ανά λίτρο (€)



(β) Η τιμή αυξάνεται, η ποσότητα μειώνεται



## ΣΧΗΜΑ 3.10: Μετατόπιση και της Προσφοράς και της Ζήτησης

Εδώ παρατηρούμε μια ταυτόχρονη αύξηση της ζήτησης και μείωση της προσφοράς.

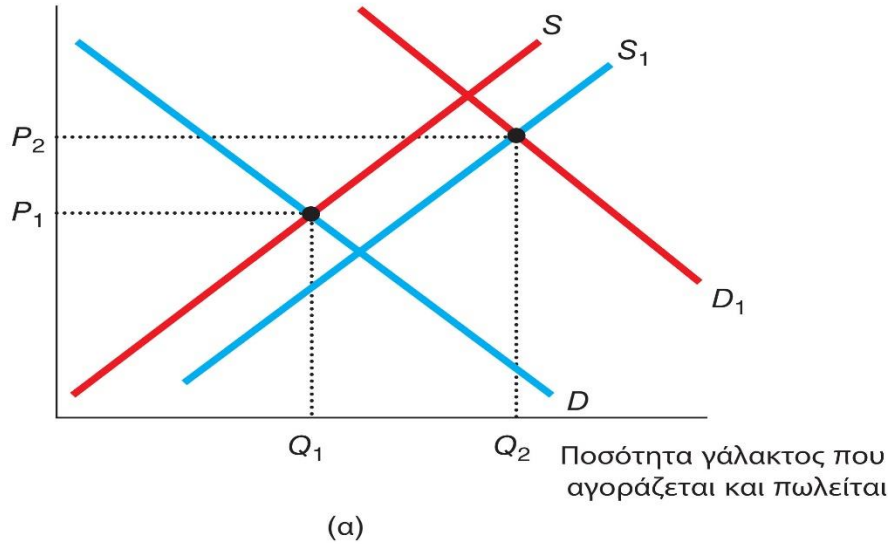
Δύο αποτελέσματα είναι δυνατά.

Στο (α), η τιμή ισορροπίας αυξάνεται από  $P_1$  σε  $P_2$  ενώ η ποσότητα ισορροπίας αυξάνεται από  $Q_1$  σε  $Q_2$ .

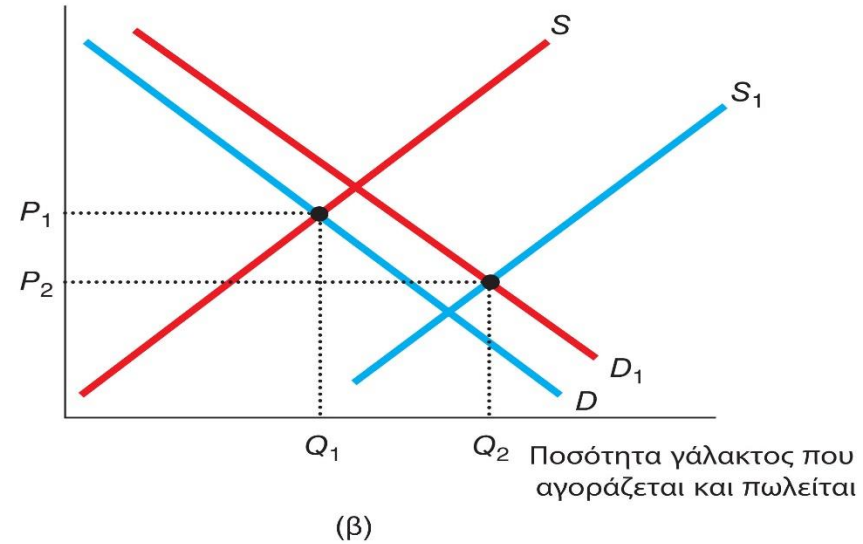
Στο (β), η τιμή ισορροπίας αυξάνεται και πάλι από  $P_1$  σε  $P_2$ , αλλά η ποσότητα ισορροπίας μειώνεται από  $Q_1$  σε  $Q_2$ .

# ΣΧΗΜΑ 3.11: Μετατόπιση και της Προσφοράς και της Ζήτησης

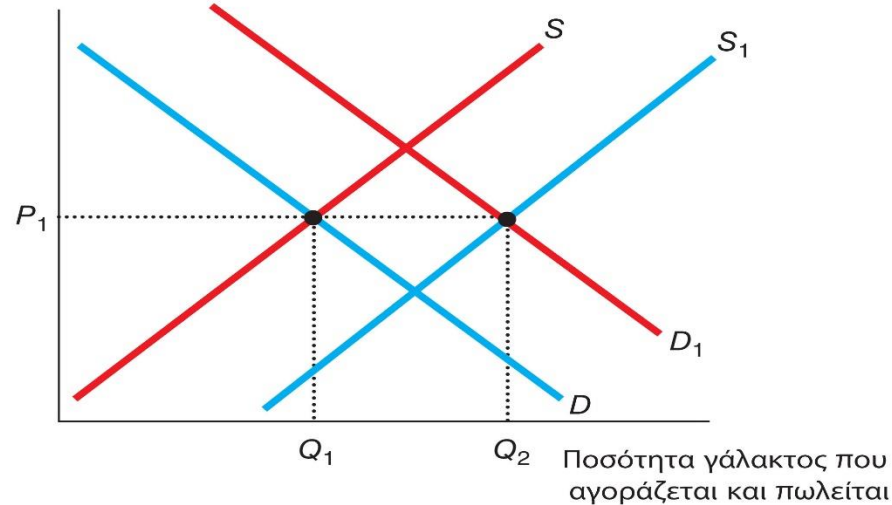
Τιμή γάλακτος



Τιμή γάλακτος



Τιμή γάλακτος



## ΣΧΗΜΑ 3.11: Μετατόπιση και της Προσφοράς και της Ζήτησης

Εδώ, ξανά, παρατηρούμε μια ταυτόχρονη αύξηση της ζήτησης και της προσφοράς.

Εδώ, τρία αποτελέσματα είναι δυνατά.

Στο (α), η τιμή ισορροπίας αυξάνεται από  $P_1$  σε  $P_2$  και η ποσότητα ισορροπίας αυξάνεται από  $Q_1$  σε  $Q_2$ .

Στο (β), η τιμή ισορροπίας μειώνεται από  $P_1$  σε  $P_2$ , αλλά η ποσότητα ισορροπίας αυξάνεται από  $Q_1$  σε  $Q_2$ .

Στο (γ), δεν υπάρχει μεταβολή στην τιμή ισορροπίας, αλλά η ποσότητα ισορροπίας αυξάνεται από  $Q_1$  σε  $Q_2$ .

# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΠΩΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΚΑΤΑΝΕΜΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ

Αν και η συζήτησή μας επικεντρώθηκε στην αγορά γάλακτος, τα συμπεράσματα που βγάλαμε εδώ ισχύουν εξίσου καλά και στις περισσότερες περιπτώσεις άλλων αγορών.

- Η ζήτηση και η προσφορά από κοινού καθορίζουν τις τιμές των πολλών και διάφορων αγαθών και υπηρεσιών της οικονομίας.
- Οι τιμές, με τη σειρά τους, είναι τα σήματα που καθοδηγούν την κατανομή των παραγωγικών πόρων.

# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΠΩΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΚΑΤΑΝΕΜΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ

Για παράδειγμα, επειδή η έκταση της παραθαλάσσιας γης είναι περιορισμένη, δεν είναι δυνατόν να έχουν όλοι την πολυτέλεια να ζουν δίπλα στη θάλασσα.

**Ποιος, όμως, μπορεί να αποκτήσει αυτή τη δυνατότητα;**

Η απάντηση είναι απλή: όποιος θέλει και μπορεί να πληρώσει την τιμή.

Η τιμή των παραθαλάσσιων οικοπέδων προσαρμόζεται έως ότου η ζητούμενη ποσότητα εξισωθεί με την προσφερόμενη ποσότητα.

Στις οικονομίες της αγοράς, λοιπόν, οι τιμές είναι ο μηχανισμός με τον οποίο κατανέμονται οι σπάνιοι πόροι.

# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΠΩΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΚΑΤΑΝΕΜΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ

Ομοίως, οι τιμές καθορίζουν ποιος παράγει κάθε αγαθό και πόσο παράγει.

Επειδή χρειαζόμαστε τρόφιμα για να ζήσουμε, έχει κρίσιμη σημασία κάποιοι άνθρωποι να καλλιεργούν τη γη.

**Τι καθορίζει, όμως, ποιος θα είναι γεωργός και ποιος όχι;**

Η κατανομή των εργαζόμενων στα αγροκτήματα στηρίζεται στις αποφάσεις για εργασία των εκατομμυρίων εργαζομένων.

Το αποκεντρωμένο αυτό σύστημα λειτουργεί καλά, επειδή οι αποφάσεις αυτές εξαρτώνται από τις τιμές.

Οι τιμές των τροφίμων και τα ημερομίσθια εργατών γης (η τιμή της εργασίας) προσαρμόζονται για να εξασφαλισθεί ότι αρκετοί άνθρωποι θα επιλέξουν να εργάζονται στα αγροκτήματα.