

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΘΕΩΡΙΑ ΖΗΤΗΣΗΣ

#### Οι τιμές

Στην οικονομία οι τιμές παίζουν βασικό ρόλο. Κατανέμουν τους παραγωγικούς πόρους στις τομείς όπου υπάρχει μεγαλύτερη ζήτηση με το πιο αποτελεσματικό τρόπο. Αυτό το οποίο έχει όμως σημασία είναι όχι οι απόλυτες τιμές αλλά οι *σχετικές τιμές*, δηλαδή οι τιμές ενός αγαθού σχετικά με την τιμή ενός άλλου.

Αν η τιμή ενός υπολογιστή είναι 2000 ευρώ και η τιμή μιας τηλεόρασης είναι 800 ευρώ, μπορούμε να βρούμε την σχετική τιμή της τηλεόρασης διαιρώντας την τιμή της με την τιμή του αγαθού που παραιτούμαστε (της τηλεόρασης) –  $800/2000 = 1/4 = 0,25$  ή η τιμή της τηλεόρασης είναι το ένα τέταρτο της τιμής του υπολογιστή και αντιστρόφως, ένας υπολογιστής αξίζει 2,5 φορές πιο πολύ από μια τηλεόραση.

#### Σχέσεις μεταξύ αγαθών

Τα αγαθά που καταναλώνονται μπορεί να είναι

- *ουδέτερα* όταν δεν υπάρχει καμία σχέση μεταξύ τους όπως ο υπολογιστής και η τηλεόραση
- *υποκατάστατα* όπως ο υπολογιστής γραφείου και όπως ο κινητός υπολογιστής
- *συμπληρωματικά* όπως ο υπολογιστής και τα περιφερικά, η οθόνη, το πληκτρολόγιο, κτλ.

#### Η ζήτηση

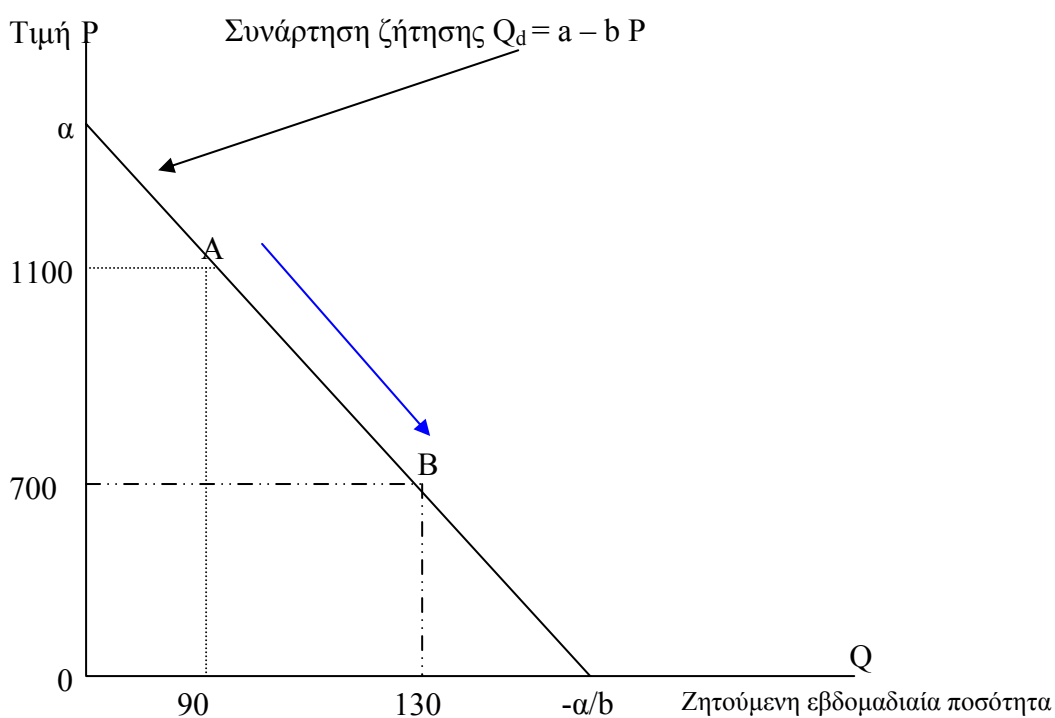
Όταν μιλάμε για την *ζήτηση* εννοούμε την ποσότητα ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας που ένας καταναλωτής *επιθυμεί* και *μπορεί* να αγοράσει σε διάφορες τιμές μέσα σε μια χρονική περίοδο. Την ζήτηση μπορούμε να της απεικονίσουμε με μια καμπύλη που ονομάζουμε *καμπύλη ζήτησης* και δείχνει τη ζητούμενη ποσότητα που ένας καταναλωτής επιθυμεί και μπορεί να αγοράσει σε διάφορες τιμές σε μια ορισμένη χρονική διάρκεια. Το παράδειγμα που ακολουθεί δείχνει τη ζητούμενη ποσότητα ενός υπολογιστή σε διάφορες τιμές

Τιμή σε ευρώ	Ζητούμενη εβδομαδιαία ποσότητα
1200	80
1100	90
1000	100
900	110
800	120
700	130
600	120
500	130

Παρατηρούμε από τον πίνακα ότι καθώς η τιμή των υπολογιστών μειώνεται, η ζητούμενη ποσότητα αυξάνει, *ceteris paribus*. Η σχέση αυτή είναι πάντα αληθής για όλα τα αγαθά και υπηρεσίες γι αυτό και ονομάζουμε αυτό το βασικό χαρακτηριστικό της ζήτησης ο νόμος της ζήτησης.

Γιατί η αγοραζόμενη ποσότητα ενός αγαθού ή υπηρεσίας αυξάνει όταν η τιμή αυτού του αγαθού ή υπηρεσίας μειώνεται; Υπάρχουν διάφοροι λόγοι.

- Το αποτέλεσμα μεγέθους αγοράς (όσο η τιμή μειώνεται τόσο περισσότερα άτομα μπορούν να αγοράσουν το αγαθό, δηλαδή το μέγεθος της αγοράς μεγαλώνει).
- Το αποτέλεσμα εισοδήματος (όσο η τιμή μειώνεται τόσο περισσότερο αυξάνει η αγοραστική δύναμη του καταναλωτή)
- Το αποτέλεσμα υποκατάστασης (όσο η τιμή μειώνεται τόσο λιγότερη ποσότητα αγοράζουμε από αυτό το αγαθό διότι οι καταναλωτές προσφεύγουν σε υποκατάστατα αγαθά που εκπληρώνουν τις ίδιες ανάγκες αλλά είναι σχετικά φτηνότερα)



Όταν η τιμή μειώνεται από 1100 ευρώ σε 700 ευρώ η ζητούμενη εβδομαδιαία ποσότητα αυξάνει από 90 σε 130 μονάδες. Στην περίπτωση αυτή μεταφερόμαστε

από το σημείο A στο σημείο B, δηλαδή παραμένουμε επί της καμπύλης ζήτησης. Η κλίση της καμπύλης ζήτησης είναι αρνητική. (-400/+40).

### Παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση

Η ζήτηση ενός αγαθού ή υπηρεσίας εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, το εισόδημα, τις τιμές των άλλων προϊόντων, τα γούστα των καταναλωτών, τις προσδοκίες, τον πληθυσμό, κτλ

$$Q = f(Y, P_x, P_y, T, E, \pi)$$

Όπου

Y = το εισόδημα των καταναλωτών

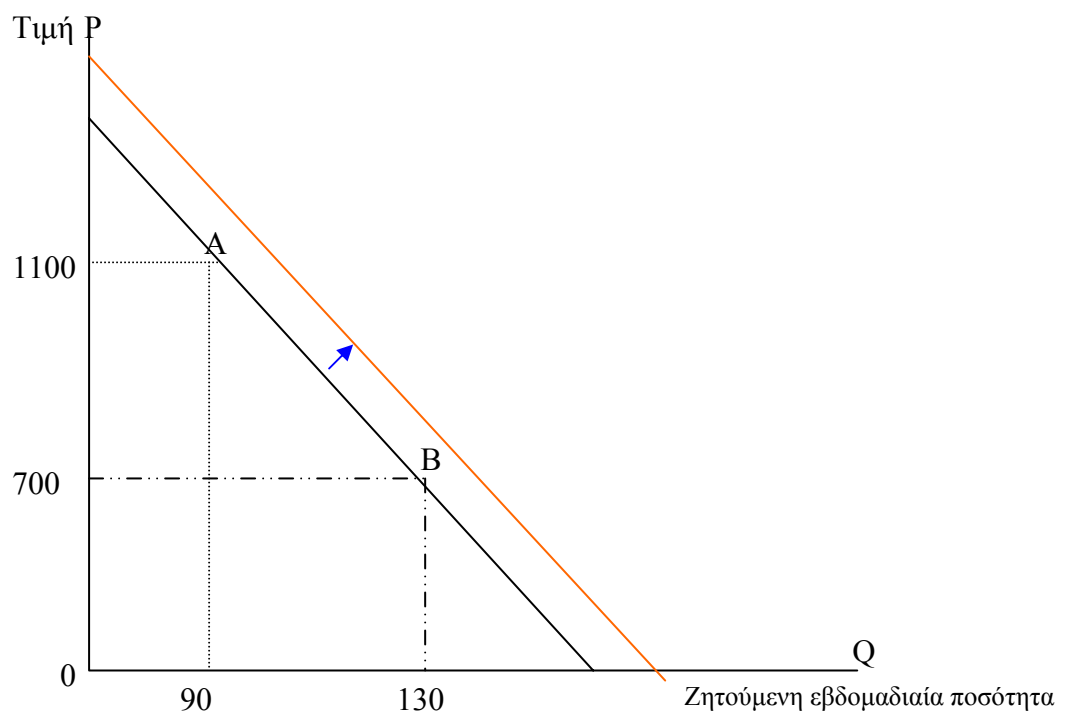
$P_x, P_y$  = οι τιμές των άλλων προϊόντων

T = τα γούστα των καταναλωτών

E = οι προσδοκίες

$\Pi$  = ο πληθυσμός

Εάν ένας άλλος παράγοντας αλλάξει εκτός από την τιμή του εν λόγω αγαθού τότε όλη η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται δεξιά ή αριστερά αναλόγως την αλλαγή αυτού του παράγοντα. Έτσι εάν ο πληθυσμός αυξηθεί ολόκληρη η συνάρτηση ζήτησης μετατίθεται προς τα δεξιά.



## Εισόδημα και ζήτηση

Η αύξηση του εισοδήματος μπορεί να έχει θετικό ή αρνητικό αποτέλεσμα επί της ζήτησης. Όταν η ζήτηση του προϊόντος αυξάνεται όταν το εισόδημα αυξάνεται, τότε λέμε ότι τα αγαθά αυτά είναι **κανονικά αγαθά**. Στην αντίθετη περίπτωση τα αγαθά είναι **κατώτερα**. Όταν η ζήτηση του προϊόντος αυξάνεται όταν το εισόδημα μειώνεται, τότε λέμε ότι τα αγαθά αυτά είναι **αγαθά Giffen**.

## Τιμές άλλων προϊόντων και η ζήτηση

Όταν η ζήτηση ενός προϊόντος αυξάνεται όταν η τιμή ενός άλλου προϊόντος αυξάνεται, τότε λέμε ότι τα αγαθά αυτά είναι **υποκατάστατα** (καφές και τσάι, βούτυρο και μαργαρίνη, ζάχαρη και μέλι, κτλ).

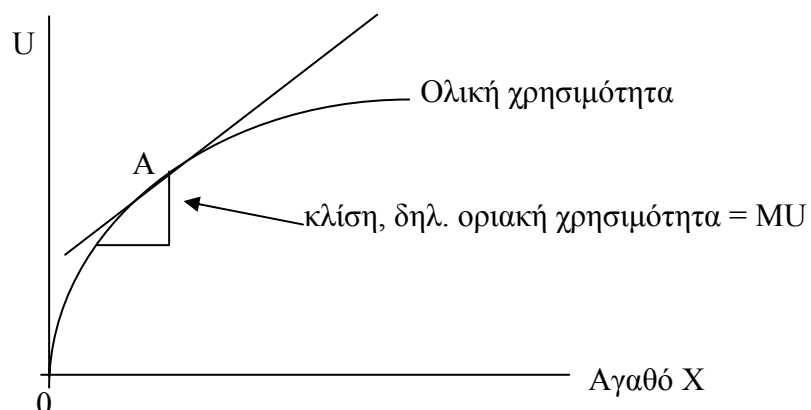
Λέμε ότι τα αγαθά X και Y είναι **συμπληρωματικά** όταν η ζήτηση του προϊόντος X αυξάνεται όταν η τιμή του άλλου προϊόντος Y μειώνεται (καφές και ζάχαρη, βούτυρο και μακαρόνια, μέλι και γιαούρτι, κτλ)..

Τα αγαθά X και Y είναι **ανεξάρτητα** όταν η ζήτηση του προϊόντος X δεν μεταβάλλεται όταν η τιμή του άλλου προϊόντος Y μειώνεται ή αυξάνεται (αεροπλάνα και βιβλία, κουρείο και ανεμιστήρες, κτλ).

## Χρησιμότητα και η θεωρία της ζήτησης

Ο καταναλωτής απολαμβάνει ικανοποίηση ή χρησιμότητα κάθε φορά που καταναλώνει ένα αγαθό ή υπηρεσία. Την χρησιμότητα αυτή την ονομάζουμε **συνολική χρησιμότητα**.

Για να μπορέσουμε να κατασκευάσουμε την καμπύλη ζήτησης, βασιζόμαστε στο **νόμο της φθίνουσας οριακής χρησιμότητας**. Σύμφωνα με τον νόμο αυτό, όσο η κατανάλωση ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας αυξάνει, η συνολική χρησιμότητα αυξάνει, *αλλά* κάθε επιπρόσθετη μονάδα κατανάλωσης προσθέτει *λιγότερο* στη συνολική χρησιμότητα. Δηλαδή, η επιπρόσθετη χρησιμότητα (*οριακή χρησιμότητα*) μειώνεται κάθε φορά που η συνολική κατανάλωση αυξάνει μέσα σε μια δεδομένη χρονική περίοδο.

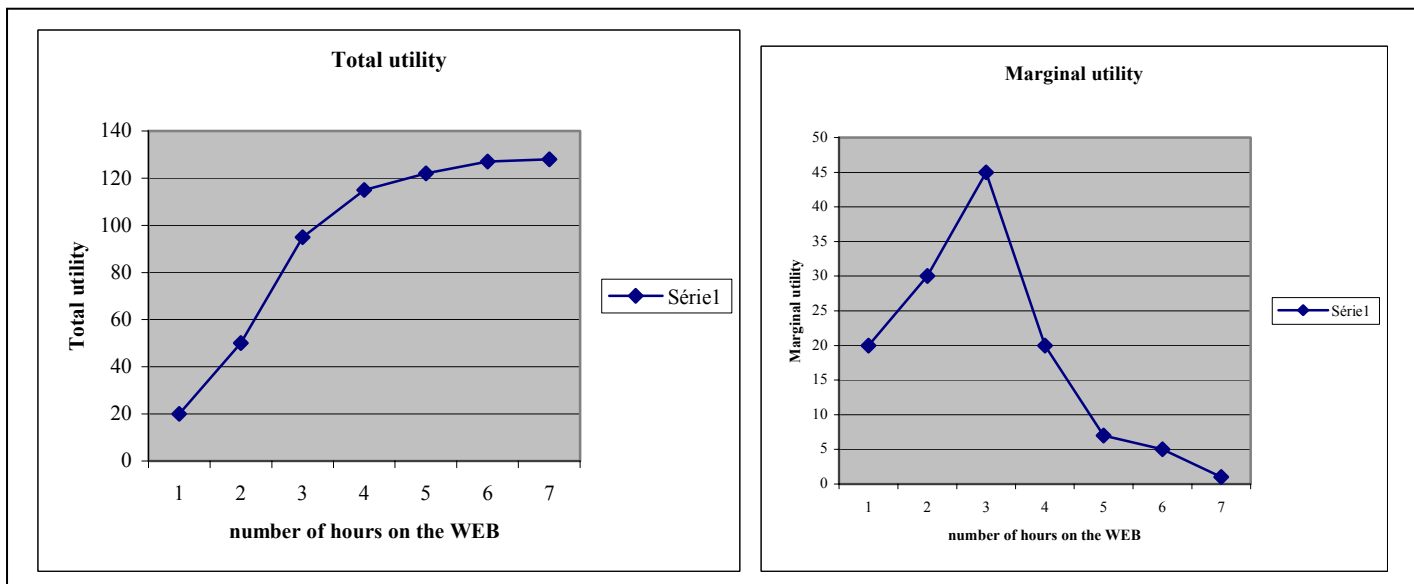


Όσο αυξάνει η συνολική κατανάλωση τόσο αυξάνει και η συνολική χρησιμότητα αλλά η οριακή χρησιμότητα (MU) μειώνεται. Όταν ο καταναλωτής καταναλώνει αγαθά και υπηρεσίες, αυτή η κατανάλωση αποσκοπεί στη μεγιστοποίηση της χρησιμότητάς του. Επειδή ο καταναλωτής έχει εισοδηματικούς περιορισμούς δεν μπορεί να αγοράσει όλες τις ποσότητες που επιθυμεί. Θα πρέπει λοιπόν να διαλέξει τους συνδυασμούς αγαθών σύμφωνα με τις προτεραιότητες που έχει θέσει. Η κατανάλωση των αγαθών θα σταματήσει όταν η οριακή χρησιμότητα του κάθε αγαθού είναι ίδια. Δηλαδή η ανά ευρώ κατανάλωση πρέπει να αποδίδει την ίδια οριακή χρησιμότητα. Για να το αντιληφθούμε καλύτερα θα χρησιμοποιήσουμε ένα παράδειγμα.

Καταναλωμένη ποσότητα (ώρες στο Ιντερνετ)	Συνολική χρησιμότητα (σε μονάδες util)	Οριακή χρησιμότητα (σε μονάδες util)
0	0	
1	20	20
2	50	30
3	95	45
4	115	20
5	122	7
6	127	5
7	128	1

Οι καμπύλες της ολικής και οριακής χρησιμότητας εμφανίζονται στα ακόλουθα διαγράμματα. Ενώ η συνολική χρησιμότητα είναι η συνολική ικανοποίηση που λαμβάνει ο καταναλωτής από την κατανάλωση του αγαθού ή της υπηρεσίας, η οριακή χρησιμότητα είναι η διαφορά στην συνολική χρησιμότητα από κάθε διαδοχική αύξηση της κατανάλωσης, δηλ.

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{\partial TU}{\partial Q}$$



Οι οικονομολόγοι υποθέτουν ότι οι καταναλωτές μπορούν να δώσουν μια υποκειμενική εκτίμηση της ικανοποίησης που λαμβάνουν από την κατανάλωση ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας, όπως στο παραπάνω παράδειγμα. Στην πραγματικότητα όμως αυτό δεν είναι αναγκαίο. Οι καταναλωτές μπορούν απλώς να ταξινομήσουν τις προτιμήσεις τους χωρίς να είναι ανάγκη να κάνουν υποκειμενικές εκτιμήσεις της χρησιμότητας. Το αποτέλεσμα είναι το ίδιο. Η καμπύλη ζήτησης έχει αρνητική κλίση και οι καταναλωτές αγοράζουν περισσότερο μόνο αν η τιμή του αγαθού ή της υπηρεσίας μειωθεί. Το παράδειγμα που ακολουθεί θα βοηθήσει ώστε να κατανοηθεί καλύτερα αυτό.

### Καμπύλες αδιαφορίας και χρησιμότητα

Έστω η ακόλουθη κατανάλωση των αγαθών X και Y και η συνολική τους χρησιμότητα.

Ποσότητες $Q_X$	Ποσότητες $Q_Y$	Ολική χρησιμότητα TU (520 utils)
0	0	0
1	30	520
2	18	520
3	95	520
4	115	520
5	122	520
6	127	520
7	128	520