



Ελληνική Δημοκρατία  
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό  
Ίδρυμα Ηπείρου

# Μικροοικονομική

Ενότητα 3 : Ανάλυση ζήτησης  
Καραμάνης Κωνσταντίνος



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Λογιστικής και χρηματοοικονομικής

## Μικροοικονομική

Ενότητα 3: Ανάλυση ζήτησης

Καραμάνης Κωνσταντίνος

Επίκουρος Καθηγητής

Πρέβεζα, 2015



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.





# Χρηματοδότηση

- 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.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο ΤΕΙ Ηπείρου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





# Σκοποί ενότητας

- Ολοκληρώνοντας την ενότητα θα πρέπει να είστε σε θέση να :
- Γνωρίζετε το νόμο της ζήτησης
- Τι επηρεάζει τη ζήτηση
- Ορίζετε τον όρο *ceteris paribus*



# Περιεχόμενα ενότητας

- Ζήτηση
- Νόμος της ζήτησης
- Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης
- Ceteris paribus



# Χρήση Διατάξεων



Μικροοικονομική

# Ενότητα 3 : Ανάλυση ζήτησης





# ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Ζήτηση: καλείται το σύνολο των αγοραζόμενων ποσοτήτων από ένα αγαθό που θα ζητηθεί σε διάφορες τιμές και για μια ορισμένη χρονική περίοδο.
- Ο Νόμος Ζήτησης: οι ζητούμενες ποσότητες ενός αγαθού αυξάνονται όταν η τιμή του αγαθού μειώνεται και αντίστροφα
- Η επιθυμία για την απόκτηση ενός αγαθού δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή του αγαθού στην αγορά, παρά μόνο όταν αυτή συνοδεύεται από τη δυνατότητα και την προθυμία του καταναλωτή να πληρώσει για αυτό.
- Ο Σκοπός μας είναι ο καθορισμός των δυνάμεων που προσδιορίζουν την τιμή ενός αγαθού στην αγορά.



# ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΙ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Κλίμακα ζήτησης αγαθού: μας δείχνει τις αγοραζόμενες ποσότητες του αγαθού που οι καταναλωτές επιθυμούν να αποκτήσουν σε διάφορες τιμές.
- Σε κάθε τιμή αντιστοιχεί μια ζητούμενη αγοραζόμενη ποσότητα ορισμένου αγαθού και κάθε συνδυασμός μπορεί να παρασταθεί γραφικά με ένα σημείο πάνω σε ένα σύστημα συντεταγμένων.

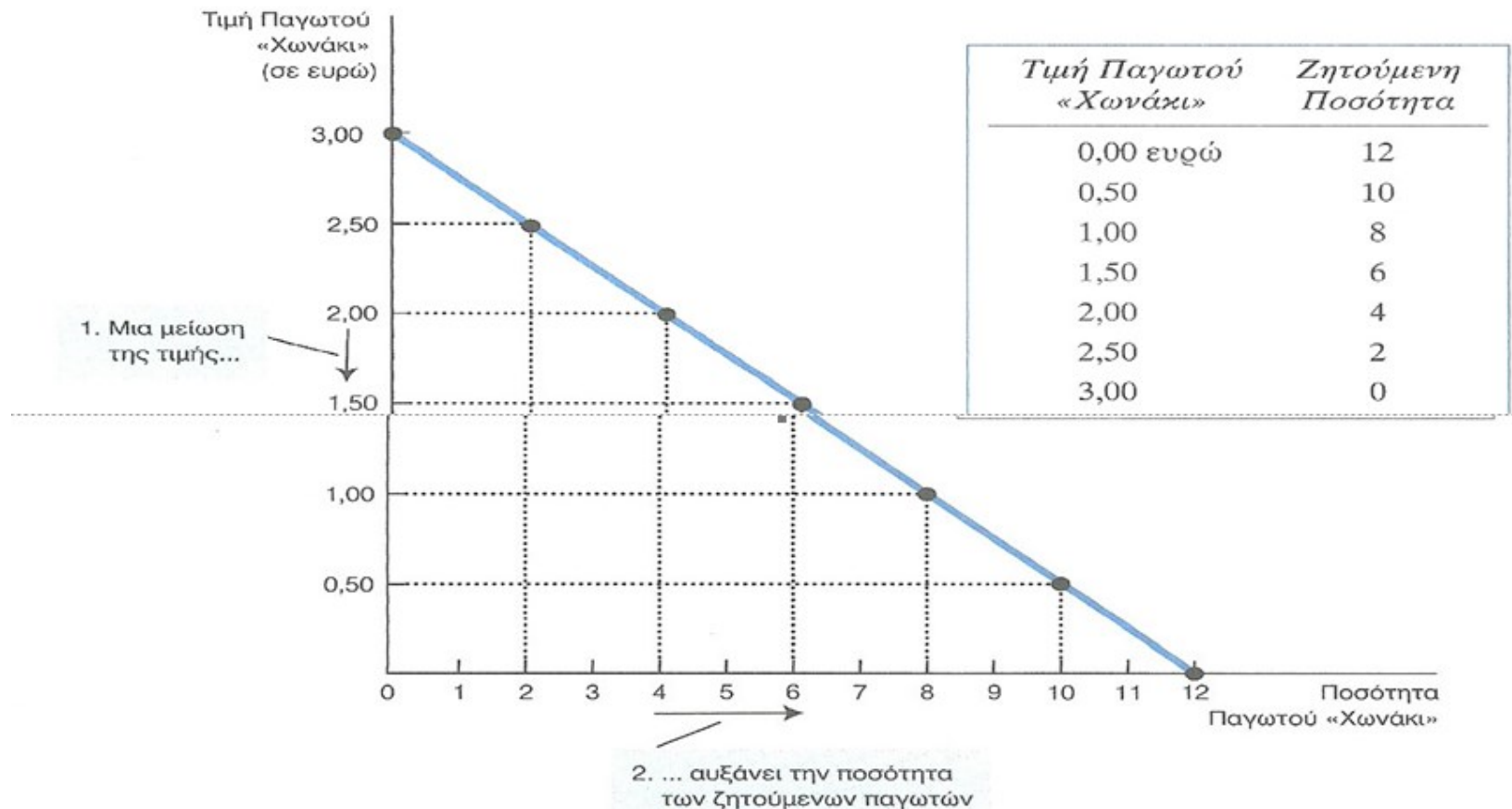


# ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΙ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Το σύνολο των εφικτών συνδυασμών τιμών και ζητούμενων ποσοτήτων διαμορφώνουν την καμπύλη ζήτησης του αγαθού (στον κάθετο άξονα μετράμε τις τιμές και στον οριζόντιο τις ποσότητες).
- Ο χώρος των εφικτών συνδυασμών είναι ο χώρος που χαράσσεται από την καμπύλη ζήτησης (όλοι οι συνδυασμοί πάνω σε αυτή) και ο χώρος κάτω από αυτή σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο.
- Η καμπύλη είναι συνεχής και έχει αρνητική κλίση από αριστερά προς τα δεξιά, καθώς η τιμή και η ποσότητα είναι δυνάμεις αντίρροπες μεταξύ τους (όταν αυξάνεται η μια μειώνεται η άλλη).



# ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΙ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ





# ΑΤΟΜΙΚΗ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Ατομική καμπύλη ζήτησης: ο γεωμετρικός τύπος όλων των δυνατών συνδυασμών ποσοτήτων με τις αντίστοιχες τιμές σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο ενός και μόνο αγοραστή.
- Η μορφή κάθε ατομικής καμπύλης διαφέρει από αγοραστή σε αγοραστή, δεδομένου ότι ο καθένας εκτιμά με το δικό του τρόπο τη σχέση τιμής και ποσότητας.



# ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

- **Συνολική καμπύλη ζήτησης:** είναι το άθροισμα όλων των επιμέρους ατομικών καμπυλών ζήτησης, δηλαδή μας δείχνει τη ζήτηση όλων των αγοραστών για συγκεκριμένο αγαθό στην αγορά. Για αυτό καλείται και καμπύλη ζήτησης του προϊόντος στην αγορά.
- **Μεταβολή της τιμής φέρνει αλλαγή της ζητούμενης ποσότητας που πραγματοποιείται πάντα στην αυτή καμπύλη ζήτησης, δηλαδή με μετατόπιση από ένα σημείο σε ένα άλλο σημείο της ίδιας καμπύλης.**
- **Αλλαγή στη ζήτηση έχουμε όταν μεταβάλλονται ένας ή περισσότεροι παράγοντες που προσδιορίζουν αυτήν, μετατοπίζοντας ολόκληρη την καμπύλη ζήτησης.**



# ΑΤΟΜΙΚΗ & ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

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

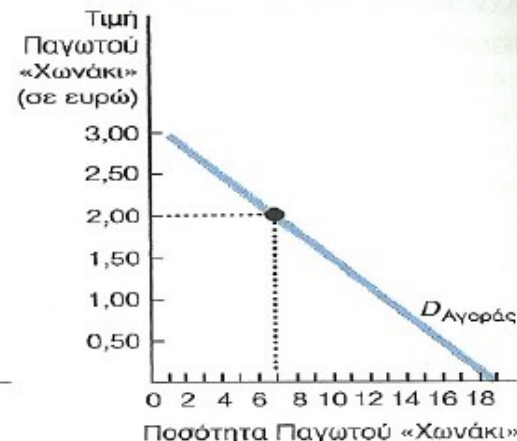
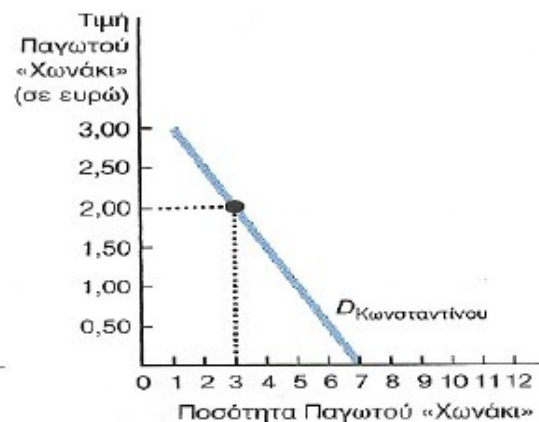
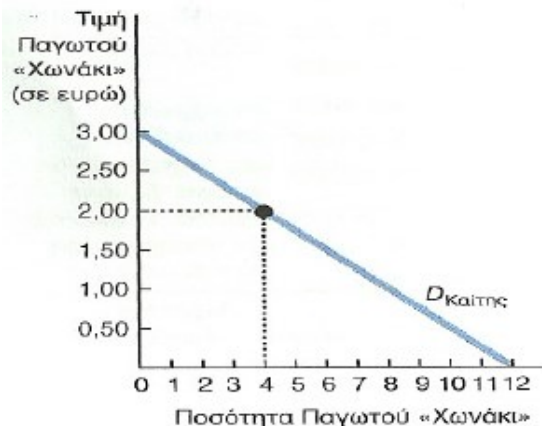
Ζήτηση Καίτης

+

Ζήτηση Κωνσταντίνου

=

Αγοραία Ζήτηση





# ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Εκτός της τιμής, προσδιοριστικοί παράγοντες είναι:
- 1. Το μέγεθος του εισοδήματος.
- 2. Η κατανομή του εισοδήματος.
- 3. Το μέγεθος του πληθυσμού.
- 4. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών.
- 5. Η τιμή των αγαθών που σχετίζονται με το ζητούμενο αγαθό.
- 6. Η ποικιλία των αγαθών.
- 7. Οι προσδοκίες των καταναλωτών.





## ΑΛΛΑΓΗ ΖΗΤΗΣΗΣ–ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΚΑΜΠΥΛΗΣ

- Όταν μεταβάλλεται η τιμή ενός αγαθού, τότε έχουμε μετακίνηση από σημείο σε σημείο επί της ίδιας καμπύλης ζήτησης και κατ' επέκταση αλλάζει και η ζητούμενη ποσότητα του αγαθού.
- Αντίθετα, όταν μεταβάλλεται ένας ή περισσότεροι από τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης, τότε έχουμε μετατόπιση της καμπύλης της ζήτησης από την αρχική της θέση είτε προς τα δεξιά (αύξηση ζήτησης) είτε προς τα αριστερά (μείωση της ζήτησης) και τελικά αλλάζει και η σχέση μεταξύ τιμής και ποσότητας του αγαθού.



# 1. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

- Όσο μεγαλύτερο το εισόδημα, τόσο μεγαλύτερη είναι η αγοραστική δύναμη του καταναλωτή να καλύψει πληρέστερα τις ανάγκες του με την αγορά περισσότερων αγαθών, αυξάνοντας έτσι την ζήτηση των αγαθών.
- Ο καταναλωτής αφού καλύψει πρώτα τις βασικές του ανάγκες, θα στραφεί σταδιακά προς την αγορά αγαθών πολυτελείας (κοσμημάτων, αυτοκινήτων κ.λπ.).
- Υπάρχει όμως και μια κατηγορία αγαθών, τα επονομαζόμενα κατώτερα αγαθά (δεύτερης διαλογής), των οποίων η ζήτηση μειώνεται, όταν το εισόδημα αυξάνεται (π.χ. οι διαδρομές με τα ΜΜΜ).



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΤΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

- Όταν το διαθέσιμο εισόδημα αυξάνεται, τότε οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν μεγαλύτερες ποσότητες ενός αγαθού σε όλες τις υπάρχουσες τιμές, ικανοποιώντας έτσι πληρέστερα τις ανάγκες τους.
- Η ζήτηση του συγκεκριμένου αγαθού αυξάνεται, που ερμηνεύεται με μετατόπιση ολόκληρης της καμπύλης ζήτησης προς τα άνω και δεξιά της αρχικής θέσης.
- Όταν το διαθέσιμο εισόδημα μειώνεται, οι αγοραζόμενες ποσότητες από το αγαθό περιορίζονται σε όλες τις υπάρχουσες τιμές.
- Η ζήτηση του αγαθού μειώνεται γεγονός που παριστάνεται γραφικά με μετατόπιση ολόκληρης της καμπύλης ζήτησης προς τα κάτω και αριστερά τις αρχικής θέσης



## 2. Η ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

- Ο τρόπος κατανομής του εισοδήματος επηρεάζει τόσο την ζήτηση των αγαθών πρώτης ανάγκης, όσο και τη ζήτηση των αγαθών πολυτελείας.
- Όσο μεγαλύτερη εισοδηματική ανισοκατανομή παρουσιάζει μια χώρα, τόσο μεγαλύτερες διακυμάνσεις παρουσιάζει στη ζήτηση των αγαθών (τα αγαθά πρώτης ανάγκης αγοράζονται από τα άτομα με χαμηλό εισόδημα, ενώ τα αγαθά πολυτελείας ζητούνται μόνο από τα άτομα με μεγάλο εισόδημα).



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΤΟΥ

## ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

- Η κυβερνητική πολιτική μιας χώρας μπορεί να αμβλύνει την εισοδηματική ανισότητα μεταξύ των κατοίκων της, είτε π.χ. με την παροχή επιδομάτων, με την χορήγηση αυξήσεων σε μισθούς και συντάξεις κ.λπ., για να ενισχύσει την αγοραστική δύναμη των φτωχότερων, είτε π.χ. με την αύξηση της φορολογίας για τους πλουσιότερους γεγονός που θα μειώσει την αγοραστική τους δύναμη.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΤΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

- Στην πρώτη περίπτωση θα αυξηθεί η ζήτηση για τα αγαθά πρώτης ανάγκης, με αποτέλεσμα η καμπύλη ζήτησης των αγαθών αυτών να μετατοπιστεί πάνω και δεξιά της αρχικής.
- Στη δεύτερη περίπτωση θα μειωθεί η ζήτηση για τα αγαθά πολυτελείας που ερμηνεύεται με μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης για τα συγκεκριμένα αγαθά προς τα κάτω και αριστερά της αρχικής.



# 3. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ

- Όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος του πληθυσμού μιας χώρας τόσο μεγαλύτερη είναι η ζήτηση.
- Επίσης, στη διαμόρφωση της ζήτησης διαφόρων αγαθών επιδρούν ουσιαστικά και τα χαρακτηριστικά της σύνθεσης ενός πληθυσμού, π.χ. από διαφορετικά αγαθά έχει ανάγκη μια κατ' εξοχήν γεωργική χώρα, από μια χώρα που κυρίως αποτελείται από αστικό πληθυσμό.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ

- Η αύξηση του πληθυσμού μιας χώρας συνεπάγεται την αύξηση των αναγκών που με τη σειρά της προκαλεί την αύξηση της ζήτησης για όλα τα αγαθά (πρώτης ανάγκης και πολυτελείας).
- Η καμπύλη ζήτησης για καθένα από τα αγαθά αυτά θα μετατοπιστεί προς τα πάνω και δεξιά της αρχικής της θέσης.





# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ

- Αντίθετα, η μείωση του πληθυσμού συνεπάγεται μείωση των αναγκών και άρα περιορισμό των ζητούμενων ποσοτήτων όλων των αγαθών.
- Η καμπύλη ζήτησης για καθένα από τα αγαθά αυτά θα μετατοπιστεί προς τα κάτω και αριστερά.



# 4. ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Η ζήτηση ενός αγαθού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πόσο προτιμάται από τους καταναλωτές.
- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών εξαρτώνται κατά ένα μεγάλο μέρος από καθαρά υποκειμενικούς παράγοντες (ο κάθε καταναλωτής επιλέγει για να καλύψει τις ανάγκες του, το αγαθό εκείνο που αυτός νομίζει ότι τις καλύπτει καλύτερα).



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ

## ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Για να επηρεαστεί η ζήτηση ενός αγαθού από τις προτιμήσεις, πρέπει να υπάρξει ταυτόχρονη μεταβολή στις προτιμήσεις πολλών καταναλωτών, καθώς ένας καταναλωτής δεν είναι δυνατόν να επηρεάσει τη ζήτηση ενός αγαθού.
- Εάν οι καταναλωτές μιας χώρας εγκαταλείψουν μαζικά ένα αγαθό, η ζήτησή αυτού θα μειωθεί και η καμπύλη ζήτησής του θα μετατοπιστεί προς τα κάτω και αριστερά.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ

## ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Εάν ταυτόχρονα υπάρχει ομόρροπη προτίμηση των καταναλωτών προς ένα άλλο αγαθό, η ζήτηση του αγαθού αυτού θα αυξηθεί και η καμπύλη της ζήτησής του θα μετατοπιστεί προς τα πάνω και δεξιά της αρχικής της θέσης.



# 5. ΤΙΜΗ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΜΕ

## ΤΟ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ ΑΓΑΘΟ

- Υποκατάστατα: όσα αγαθά μπορούν να αντικαταστήσουν τη χρησιμότητα ενός αγαθού ικανοποιώντας τις ίδιες ανάγκες ολοκληρωτικά ή μερικά (π.χ. σπέρτα με αναπτήρα).



# 5. ΤΙΜΗ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΜΕ ΤΟ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ ΑΓΑΘΟ

- Συμπληρωματικά: τα αγαθά που χρησιμοποιούνται συγχρόνως και τις περισσότερες φορές με σταθερή αναλογία με το κύριο αγαθό (π.χ. τσιγάρο με αναπτήρα).



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

## Ι. ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΑ ΑΓΑΘΑ

- Η αύξηση της τιμής ενός υποκατάστατου αγαθού, έχει ως αποτέλεσμα την μείωση της αγοραζόμενης ποσότητας και κατά συνέπεια την αύξηση της ζήτησης του κύριου αγαθού ( σχέση ισχύει και αντίστροφα).
- Η καμπύλη της ζήτησης του κύριου αγαθού θα μετατοπιστεί προς τα πάνω και δεξιά της αρχικής της θέσης, ενώ του υποκατάστατου αγαθού θα μετατοπιστεί προς τα κάτω και αριστερά.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

## Ι. ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΑ ΑΓΑΘΑ

- Εάν η τιμή του υποκατάστατου αγαθού μειωθεί, η ζήτησή του θα αυξηθεί, γεγονός που θα μειώσει τις ζητούμενες ποσότητες για το κύριο αγαθό(Η σχέση ισχύει και αντίστροφα) .
- Η καμπύλη της ζήτησης του κύριου αγαθού θα μετατοπιστεί προς τα κάτω και αριστερά, ενώ του υποκατάστατου αγαθού θα μετατοπιστεί προς τα πάνω και δεξιά της αρχικής της θέσης.





# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

## II. ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΑΓΑΘΑ

- Η αύξηση της τιμής του κύριου αγαθού, περιορίζει την κατανάλωση και του συμπληρωματικού αγαθού, με αποτέλεσμα η καμπύλη ζήτησης και των δύο αγαθών να μετατοπιστεί προς τα κάτω και αριστερά της αρχικής.
- Η μείωση της τιμής του κύριου αγαθού θα αυξήσει τις ζητούμενες ποσότητές του, γεγονός που θα συμπαρασύρει θετικά και την ζήτηση για το συμπληρωματικό αγαθό και οι καμπύλες ζήτησής τους θα μετατοπιστούν προς τα πάνω και δεξιά.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

## II. ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΑΓΑΘΑ

- Μια μεταβολή στην τιμή του συμπληρωματικού αγαθού δεν μπορεί να μεταβάλλει την ζήτηση του κύριου αγαθού.



## 6. Η ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

- Σε μια αγορά στην οποία υπάρχει μεγάλη ποικιλία αγαθών, η αγοραζόμενη ποσότητα για κάθε ένα αγαθό ξεχωριστά θα είναι μικρή.
- Ο καταναλωτής έχει την ευχέρεια να διαλέξει μεταξύ πολλών αγαθών που ικανοποιούν την ίδια ανάγκη, με αποτέλεσμα να διασπάται το μέγεθος της ζήτησης σε πολλά αγαθά. Αντίθετα, όταν δεν υπάρχει ποικιλία η ζήτηση συσσωρεύεται σε λίγα αγαθά.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

- Όσο σε μια χώρα (π.χ. τεχνολογική εξέλιξη, αύξηση ανταγωνισμού κ.λπ.) η ποικιλία των αγαθών μεγαλώνει, τόσο η ζήτηση για καθένα από αυτά τα αγαθά μειώνεται.
- Η καμπύλη ζήτησης για καθένα από τα αγαθά αυτά θα μετατοπιστεί προς τα κάτω και αριστερά της αρχικής της θέσης.



# ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

- Όσο η ποικιλία των αγαθών μικραίνει (π.χ. περιορισμένος εφοδιασμός, μεγάλη καταστροφή κ.λπ.) τόσο η ζήτηση για καθένα από αυτά τα αγαθά αυξάνεται.
- Η καμπύλη ζήτησης για καθένα από τα αγαθά αυτά θα μετατοπιστεί προς τα πάνω και δεξιά.



## 7. ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Η προσδοκία των καταναλωτών ότι μελλοντικά η τιμή κάποιου αγαθού θα αυξηθεί, θα προκαλέσει την αύξηση της ζήτησης για το συγκεκριμένο αγαθό. Αντίθετα, εάν προβλέπεται μείωση της τιμής, η ζήτηση για το είδος αυτό θα μειωθεί, προκειμένου να ωφεληθούν από τη διαφορά της τιμής.



## 7. ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Σε αυτές τις περιπτώσεις είναι δυνατόν να παρατηρηθεί ανατροπή του νόμου της ζήτησης, όταν οι καταναλωτές αυξάνουν τη ζήτηση για ένα αγαθό παρότι η τιμή του αυξάνεται, καθώς προβλέπουν ότι η τιμή αυτού του αγαθού θα αυξηθεί ακόμη περισσότερο στο εγγύς ή απώτερο μέλλον.



# Ο ΟΡΟΣ CETERIS PARIBUS

- Όπως είδαμε, η διαμόρφωση της ζήτησης στην αγορά για κάποιο αγαθό, εξαρτάται από πολλούς προσδιοριστικούς παράγοντες.
- Έτσι, για να εξετάσουμε την επίδραση ενός και μόνο παράγοντα στη ζήτηση, υποθέτουμε ότι όλοι οι λοιποί παράγοντες παραμένουν σταθεροί και απομονώνουμε και εξετάζουμε την επίδραση του παράγοντα που μας ενδιαφέρει (*ceteris paribus*).





# Βιβλιογραφία

- Σύγχρονη Μικροοικονομική Ανάλυση (2013), Κιόχος Π., Παπανικολάου Γ. και Κιόχος Α.
- Αρχές οικονομικής θεωρίας (2010), Mankiw G.N. and Taylor M.P.



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Τεχνολογικό Ίδρυμα Ηπείρου. Καραμάνης

Κωνσταντίνος

Μικροοικονομική

Έκδοση: 1.0 Πρέβεζα, 2015.

Καραμάνης, Κ. (2015). Μικροοικονομική. ΤΕΙ Ηπείρου

Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:

<http://eclass.teiep.gr/OpenClass/courses/ACC140/>





# Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά Δημιουργού-Μη Εμπορική Χρήση-Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 Διεθνές [1] ή μεταγενέστερη. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, Διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.el>



# Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Δαπόντας Δημήτριος  
Πρέβεζα, 2015



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





# Σημειώματα





# Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη Δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.



# Τέλος Ενότητας



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης