

οιο περι-
ρχονται
ρησιμο-
δήποτε
ο κεφά-

μηχανία μπισκότων) δεν δίνει καλύτερα αποτελέσματα, αντί-
θετα μπορεί να δημιουργήσει πολλά προβλήματα στην παρα-
γωγή.

1.3.1 Προσφορά και ζήτηση

Ανάλογα με την ηλικία, το φύλο, τις ανάγκες, την προέλευση ή τις συ-
νήθειές του, κάθε άνθρωπος μπορεί να επιλέξει τα προϊόντα που θέλει
από μια μεγάλη ποικιλία ομοειδών προϊόντων.



Εικ. 1.11 Μεγάλη ζήτηση

ης
γωγής
και με
ποίη-
ναλο-
Η αύ-
ρηση
α βιο-

Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν έχουν τη δυνατότητα να αγοράσουν όλα τα αγαθά και να έχουν τις υπηρεσίες που επιθυμούν, όμως κάθε καταναλωτής είναι ελεύθερος να διαλέξει και να αποφασίσει τι θα αγοράσει. Η ανεπάρκεια των προσφερόμενων οικονομικών αγαθών και υπηρεσιών σε συνδυασμό με την ελευθερία της επιλογής που έχουν τόσο οι παραγωγοί όσο και οι καταναλωτές αποτελεί την ουσία της ελεύθερης οικονομίας (ή οικονομίας της αγοράς) για την οποία θα μιλήσουμε στο επόμενο κεφάλαιο.

Βασικός νόμος της οικονομίας είναι ο νόμος της προσφοράς και της ζήτησης. Σύμφωνα με αυτόν η τιμή ενός προϊόντος διαφοροποιείται ανάλογα με την προσφορά και τη ζήτηση που υπάρχει για αυτό. Με το όρο προσφορά εννοούμε την ποσότητα των προϊόντων που είναι διαθέσιμη στην αγορά. Με τον όρο ζήτηση εννοούμε την ποσότητα των προϊόντων που είναι διατεθειμένοι να αποκτήσουν (αγοράσουν) οι καταναλωτές σε συγκεκριμένη τιμή.

Η ζήτηση για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία επηρεάζει την προσφορά. Αυτό είναι φυσικό γιατί όταν η ζήτηση ενός προϊόντος είναι μεγάλη (δηλαδή πολλοί καταναλωτές επιθυμούν και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για να το αποκτήσουν) τότε αυξάνεται και το ενδιαφέρον των παραγωγικών μονάδων για την παραγωγή του προϊόντος αυτού. Οι παραγωγικές μονάδες προσπαθούν να προσαρμόσουν την παραγωγή τους στα «θέλω» των καταναλωτών προκειμένου να έχουν πωλήσεις και συνεπώς κέρδη.

Η ζήτηση επηρεάζεται από τους παρακάτω παράγοντες:

- Την τιμή του προϊόντος. Όσο αυξάνεται η τιμή ενός προϊόντος τόσο μειώνεται η ζήτησή του.
- Ομως, παρά την γενική αυτή αρχή διακρίνουμε τις εξής ακραίες περιπτώσεις:
 - Να μην μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα ενός προϊόντος οποιoδήποτε και αν είναι η αύξηση της τιμής του. Στην περίπτωση αυτή η ζήτηση χαρακτηρίζεται ως ανελαστική. Με άλλα λόγια, οι κατα-

ναλωτές να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οποιαδήποτε αύξηση στην τιμή προκειμένου να αποκτήσουν το προϊόν αυτό.

Να μη δίνεται η ζητούμενη ποσότητα από ένα προϊόν, εάν αυξηθεί η τιμή του έστω και κατά μικρό ποσοστό (απέριως ελαστική ζήτηση). Για παράδειγμα, ως υποθέσουμε ότι πολλά προϊόντα (ανταγωνιστικά) προσφέρονται στην ίδια τιμή και για ένα από αυτά αυξάνεται η τιμή του. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει η πιθανότητα να σταματήσει η ζήτηση του συγκεκριμένου προϊόντος επειδή κανένας καταναλωτής δεν είναι διατεθειμένος να πληρώσει επιπλέον για αυτό το προϊόν, αφού μπορεί να προμηθευτεί παρόμοιο σε φθηνότερη τιμή.

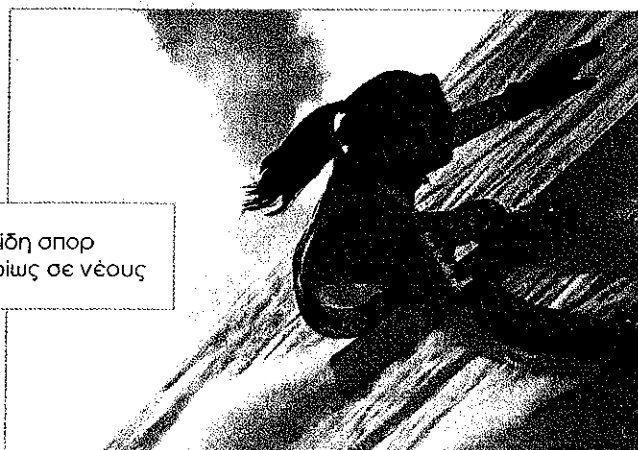


Εκ 1.12 Η ζήτηση για τα φάρμακα δεν επηρεάζεται εύκολα

- Το εισόδημα των καταναλωτών. Όσο υψηλότερο εισόδημα έχουν οι καταναλωτές τόσο αυξάνει η ζήτηση ορισμένων προϊόντων.
- Τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Πολλές φορές οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται από ένα

προϊόν Α σε ένα άλλο Β για πολλούς λόγους (αλλαγή στις συνήθειες, διαφήμιση, μόδα κ.λπ.) με αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης για το προϊόν Β.

- Τις τιμές των υποκατάστατων και των συμπληρωματικών προϊόντων. Αύξηση της τιμής σε ένα υποκατάστατο αυξάνει τη ζήτηση των υπολοίπων υποκατάστατων. Αντίθετα αύξηση της τιμής σε ένα συμπληρωματικό, μειώνει τη ζήτηση των υπολοίπων συμπληρωματικών.
- ✓ • Το πλήθος των καταναλωτών. Η αύξηση του πληθυσμού (π.χ. μεταναστευτικό ρεύμα) προκαλεί αύξηση της ζήτησης για ορισμένα προϊόντα.
- χ • Το είδος του προϊόντος. Η ζήτηση για βασικά είδη, όπως τα φάρμακα, δεν επηρεάζεται εύκολα, ενώ για είδη, όπως μια θεατρική παράσταση, αυξάνεται ή μειώνεται εύκολα.
- 5 • Την εποχή. Ορισμένα προϊόντα έχουν αυξημένη ζήτηση ορισμένες εποχές (εποχικά).
- 6 • Την ηλικία των καταναλωτών. Ορισμένα προϊόντα απευθύνονται σε συγκεκριμένες ηλικίες. Έτσι σε πόλεις με Πανεπιστήμια παρουσιάζεται μεγάλη ζήτηση σε βιβλία, είδη σπορ κ.λπ.



Εικ. 1.13 Τα είδη σπορ απευθύνονται κυρίως σε νέους

1) ΔΕΣΑΕ ΟΡ
2) ΤΙ ΣΗΜΑΙΩ
ΚΑΙ ΠΟΥΑ

Τα προϊόντα λούνται (προσφ προς (γεωγραφι ντων και υπηρε π.χ. το κατάστη

Εκτός από τις και για συντελεσ

Ο ρόλος των αποφάσεις για τ χθούν κ.λπ.



Εικ. 1.14 Α