

B1

A. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών.

Οι προτιμήσεις των καταναλωτών μεταβάλλονται για διάφορους λόγους. Για παράδειγμα, αλλάζουν τα έθιμα, οι καιρικές συνθήκες, το κοινωνικό περιβάλλον κτλ.

Όταν οι προτιμήσεις μεταβάλλονται ευνοϊκά για ένα προϊόν, τότε αυξάνεται η ζήτησή του. Παράδειγμα, η αυξημένη ζήτηση παγωτών και αναψυκτικών το καλοκαίρι.

Αν η μεταβολή των προτιμήσεων δεν είναι ευνοϊκή για ένα προϊόν, τότε μειώνεται η ζήτησή του.

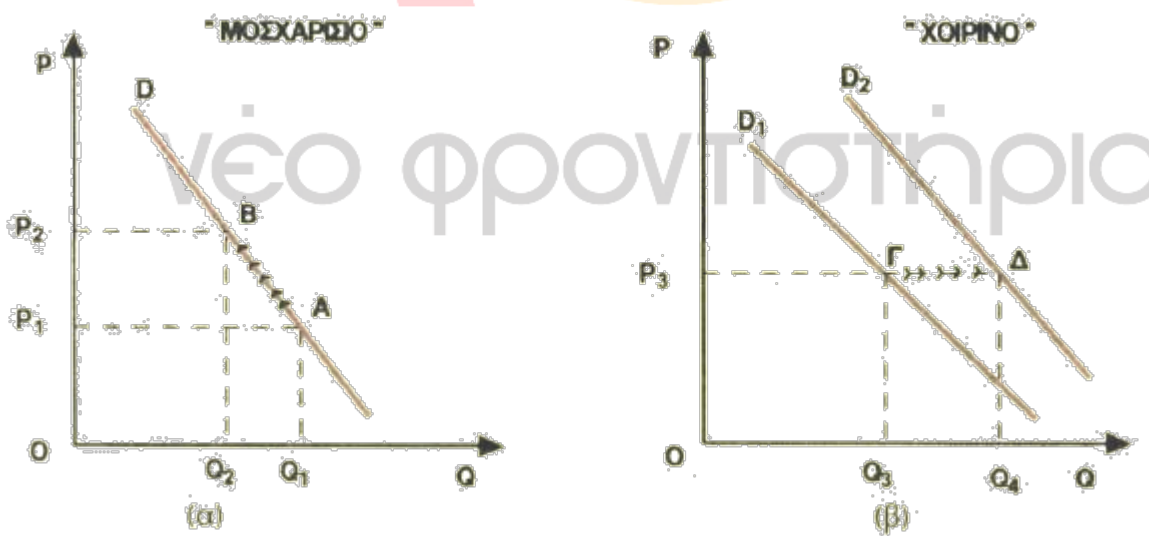
B.

Οι τιμές των άλλων αγαθών

Υπάρχουν αγαθά στα οποία η τιμή του ενός αγαθού επηρεάζει τη ζήτηση ενός άλλου αγαθού. Τα αγαθά αυτά τα διακρίνουμε σε δυο κατηγορίες: Τα υποκατάστατα και τα συμπληρωματικά.

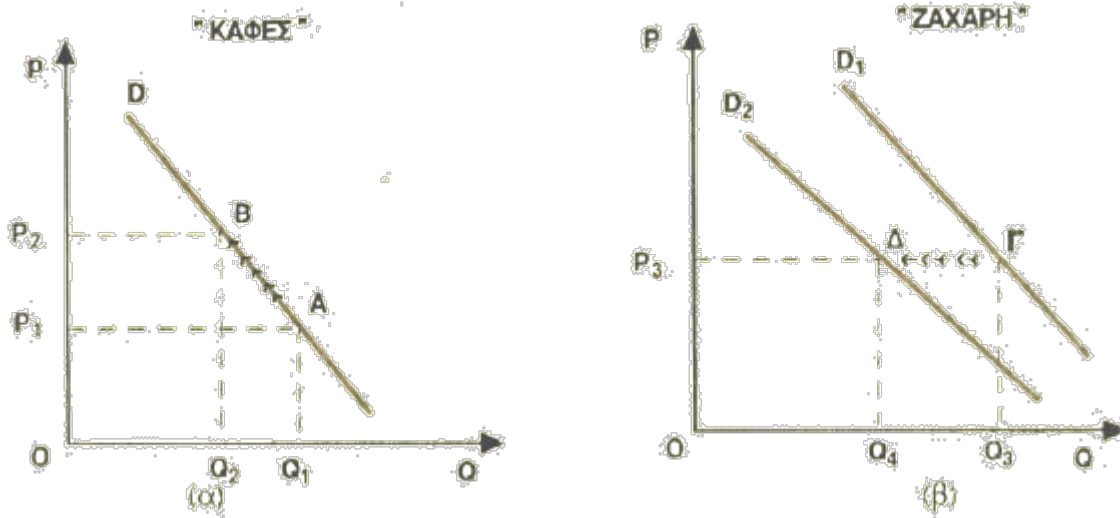
Υποκατάστατα είναι δυο (ή περισσότερα) αγαθά, όταν το ένα μπορεί να χρησιμοποιηθεί αντί του άλλου (ή άλλων), για να ικανοποιήσει την ίδια ανάγκη. Για παράδειγμα, το βούτυρο και η μαργαρίνη, το μοσχαρίσιο και το χοιρινό κρέας, τα σπύρτα και ο αναπτήρας. Η ζήτηση ενός αγαθού μεταβάλλεται προς την ίδια κατεύθυνση με τη μεταβολή της τιμής του υποκατάστατου αγαθού. Για παράδειγμα, αν αυξηθεί η τιμή του μοσχαρίσιου κρέατος, οι καταναλωτές θα μειώσουν τη ζητούμενη ποσότητα μοσχαρίσιου κρέατος, και θα το υποκαταστήσουν με το σχετικά φτηνότερο χοιρινό, αυξάνοντας έτσι τη ζήτηση του χοιρινού. Η αύξηση της τιμής του μοσχαρίσιου κρέατος (*ceteris paribus*) από P_1 σε P_2 στο διάγραμμα 2.6(α) έχει ως αποτέλεσμα τη μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης του χοιρινού από D_1 σε D_2 στο διάγραμμα 2.6 (β).

Διάγραμμα 2.6. Υποκατάστατα αγαθά



Συμπληρωματικά είναι δυο (ή περισσότερα) αγαθά, όταν η κατανάλωση του ενός απαιτεί και την κατανάλωση του άλλου (ή άλλων), για την ικανοποίηση μιας ανάγκης. Για παράδειγμα ο καφές και η ζάχαρη, η φωτογραφική μηχανή και το φιλμ, το βίντεο και η βιντεοκασέτα. **Η**

ζήτηση ενός αγαθού μεταβάλλεται προς την αντίθετη κατεύθυνση με τη μεταβολή της τιμής ενός συμπληρωματικού αγαθού (*ceteris paribus*). Για παράδειγμα, αν αυξηθεί η τιμή του καφέ, θα μειωθεί η ζητούμενη ποσότητα του καφέ (*ceteris paribus*), όπως στο διάγραμμα 2.7(α), με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να μειώσουν και τη ζήτηση της ζάχαρης (την οποία χρησιμοποιούσαν ως συμπλήρωμα του καφέ), μετατοπίζοντας την καμπύλη ζήτησης από D1, σε D2 στο διάγραμμα 2.7 (β). Βέβαια, τα παραπάνω θα συμβούν αν δεν υπάρξει μεταβολή στους λοιπούς προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης για καφέ και για ζάχαρη.



ΘΕΜΑ Δ

Δ1

$$Q_D = 400 - 10P$$

$$Q_S = 100 + 10P$$

Συνθήκη ισορροπίας:

$$Q_D = Q_S$$

$$100 + 10P_1 = 400 - 10P_1$$

$$20P_1 = 300$$

$$P_1 = 15 \text{ χρημ. μονάδες}$$

$$Q_1 = 100 + 10 \cdot 15$$

$$Q_1 = 250 \text{ μονάδες προϊόντος}$$

νέο φροντιστήριο

Δ2.Α.

$$P_K=20$$

$$Q_{DK}=400-10*20=200$$

$$Q_{SK}=100+10*20=300$$

$$\text{ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ}=Q_{SK}-Q_{DK}$$

$$\text{ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ}=300-200=100 \text{ μονάδες προϊόντος}$$

Δ2.Β.

$$\Sigma E_K=P_K*Q_{SK}$$

$$\Sigma E_K=20*300=6000 \text{ χρηματικές μονάδες}$$

Δ2.Γ

$$\Sigma \Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ}}=P_K*(Q_{SK}-Q_{DK})$$

$$\Sigma \Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ}}=20*100=2000 \text{ χρηματικές μονάδες}$$

Δ3

$$\Sigma E_{\text{ΑΡΧΙΚΑ}}=P_I*Q_I$$

$$\Sigma E_{\text{ΑΡΧΙΚΑ}}=250*15=3750 \text{ χρηματικές μονάδες}$$

$$\Sigma E_{\text{ΤΕΛΙΚΑ}}=P_K*Q_{SK}$$

$$\Sigma E_{\text{ΤΕΛΙΚΑ}}=20*300=6000 \text{ χρηματικές μονάδες}$$

Άρα το συνολικό όφελος θα είναι:

$$\Delta(\Sigma E)=\Sigma E_{\text{ΤΕΛΙΚΑ}}-\Sigma E_{\text{ΑΡΧΙΚΑ}}$$

$$\Delta(\Sigma E)=6000-3750=2250 \text{ χρηματικές μονάδες}$$

Δ4

$$Q_{S'K}=60+10P$$

$$Q_{S'K}=60+10*20=260 \text{ μονάδες προϊόντος}$$

$$Q_{DK}=400-10*20=200$$

$$\text{ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ}=Q'_{SK}-Q_{DK}$$

$$\text{ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ}=260-200=60 \text{ μονάδες προϊόντος}$$

$$\Sigma \Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ τελική}}=P_K*(Q'_{SK}-Q_{DK})$$

$$\Sigma \Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ τελική}}=20*(60)=1200 \text{ χρηματικές μονάδες}$$

ΝΕΟ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟ

$\Sigma\Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ αρχική}}=20*100=2000$ χρηματικές μονάδες

$\Delta(\Sigma\Delta)=\Sigma\Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ τελική}}-\Sigma\Delta_{\text{ΚΡΑΤΟΥΣ αρχική}}$

$\Delta(\Sigma\Delta)=1200-2000=-800$

Άρα η συνολική δαπάνη του κράτους μειώνεται κατά 800 χρηματικές μονάδες.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΘΕΜΑΤΩΝ: ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΣ



νέο φροντιστήριο