

ΟΜΑΔΑ Α

ΘΕΜΑ Α

A.1 α	A.1 β	A.1 γ	A.1 δ	A.1 ε	A.2	A.3
Σωστό	Λάθος	Σωστό	Λάθος	Λάθος	β	δ

ΟΜΑΔΑ ΔΕΥΤΕΡΗ

ΘΕΜΑ Β

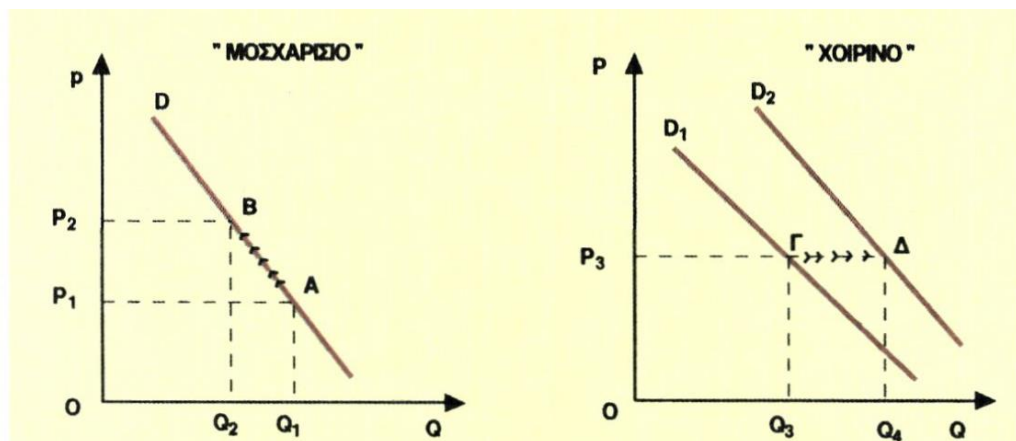
B.1 α) Οι προτιμήσεις των καταναλωτών.

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.

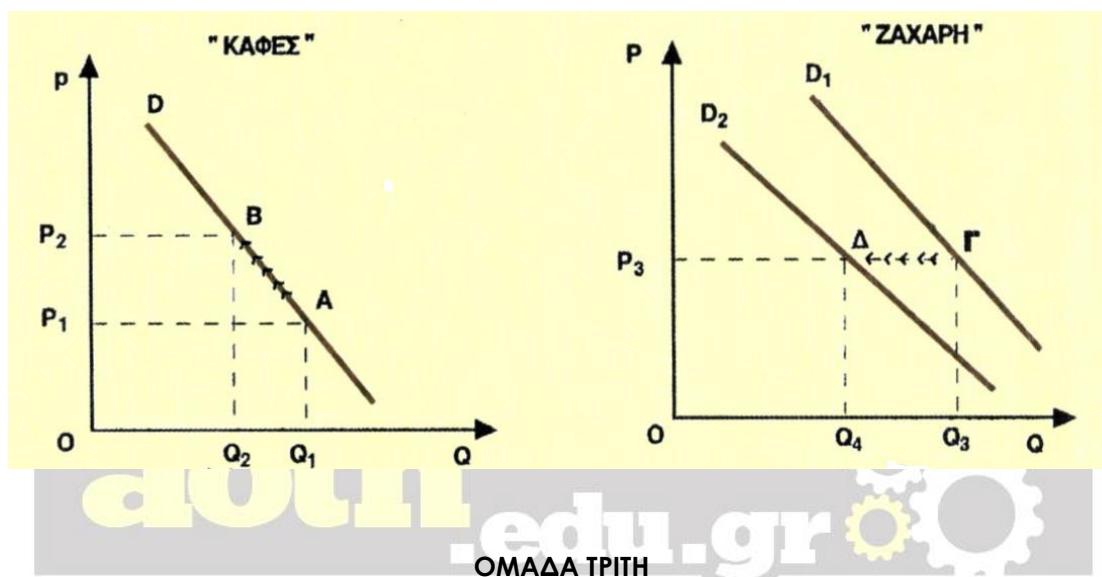
β) Οι τιμές των άλλων αγαθών

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 έχει ως αποτέλεσμα τη μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης του χοιρινού κρέατος από D_1 σε D_2 , όπως βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα.



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 πίτσα και το σουβλάκι, το πετρέλαιο και το φυσικό αέριο. 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, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να μειώσουν και τη ζήτηση της ζάχαρης (την οποία χρησιμοποιούσαν ως συμπλήρωμα του καφέ), μετατοπίζοντας την καμπύλη ζήτησης από D_1 , σε D_2 στο διάγραμμα. Βέβαια, τα παραπάνω θα συμβούν αν δεν υπάρξει μεταβολή στους λοιπούς προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης για καφέ και για ζάχαρη.



ΘΕΜΑ Γ

Γ.1 Γνωρίζουμε ότι το ανερχόμενο τμήμα της καμπύλης του οριακού κόστους, που βρίσκεται πάνω από την καμπύλη του μέσου μεταβλητού κόστους, αποτελεί τη βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς της επιχείρησης. Πρέπει δηλαδή να ικανοποιείται η σχέση: $P = MC \uparrow \geq AVC \min$. Συνεπώς ο πίνακας προσφοράς της επιχείρησης είναι:

Συνδυασμοί	$P = MC$	Q_s
A	5	180
B	15	200
Γ	30	210

Γ.2

$$E_{SA \rightarrow B} = \frac{Q_B - Q_A}{P_B - P_A} \cdot \frac{P_A}{Q_A} = \frac{20}{10} \cdot \frac{5}{180} = 1/18$$

$$E_{SB \rightarrow \Gamma} = \frac{Q_\Gamma - Q_B}{P_\Gamma - P_B} \cdot \frac{P_B}{Q_B} = \frac{10}{15} \cdot \frac{15}{200} = 1/20$$

Γ.3 Το ενοίκιο και τα ασφάλιστρα αποτελούν το σταθερό κόστος της επιχείρησης. Άρα $FC = 150 + 50 = 200$ χρηματικές μονάδες. Άρα για $Q = 200$ το $AFC = 200 / 200 = 1$ χρηματική μονάδα και $ATC = 1400 / 200 = 7$ χρηματικές μονάδες.

Γ.4 Το μόνο κόστος που μπορεί η επιχείρηση να μειώσει είναι το VC. Συνεπώς το νέο VC θέλουμε να διαμορφωθεί σε $1500 - 420 = 1080$ χρηματικές μονάδες. Το MC στο διάστημα αυτό είναι 15 χρηματικές μονάδες.

$$MC = 15 \Leftrightarrow 15 = \frac{1080 - 900}{X - 180} \Leftrightarrow X = 192 \text{ μονάδες προϊόντος.}$$

Q	VC	MC
180	900	
X	1080	
200	1200	15

Αυτό σημαίνει ότι η παραγωγή πρέπει να μειωθεί από 210 σε 192 μονάδες, δηλαδή κατά 18 μονάδες προϊόντος.

ΟΜΑΔΑ ΤΕΤΑΡΤΗ

ΘΕΜΑ Δ

Δ.1 $Q_D = Q_S \Leftrightarrow 400 - 10P = 100 + 10P \Leftrightarrow 300 = 20P \Leftrightarrow P_0 = 15 \text{ χ.μ. \& } Q_0 = 250 \text{ μ.π.}$

Δ.2.α) Για $P_k = 20$ οι καταναλωτές ζητούν $Q_D = 400 - 10 \cdot 20 = 200$ μον. προϊόντος, ενώ για $P_k = 20$ οι παραγωγοί προσφέρουν $Q_S = 100 + 10 \cdot 20 = 300$ μ. π. Συνεπώς στην αγορά του αγαθού υπάρχει πλεόνασμα $= Q_S - Q_D = 100$ μ.π. το οποίο και θα αγοράσει το κράτος στην κατώτατη τιμή, προκειμένου να ενισχύσει το εισόδημα των αγροτών.

β) Συνολικά Έσοδα Παραγωγών = Έσοδα από καταναλωτές + Έσοδα από το Κράτος = $20 \cdot 200 + 20 \cdot 100 = 6000$ χρηματικές μονάδες.

γ) Επιβάρυνση Κρατικού Προϋπολογισμού = $20 \cdot 100 = 2000$ χρηματικές μονάδες.

Δ.3 Πριν την παρέμβαση του Κράτους, το αγαθό διατίθεται στην αγορά στην τιμή ισορροπίας $P_0 = 15$ χ.μ. Άρα τα συνολικά έσοδα των παραγωγών ταυτίζονται με την συνολική δαπάνη των καταναλωτών. $\Sigma.Δ. = \Sigma.Ε. = 15 \cdot 250 = 3750$ χρηματικές μονάδες. Άρα το χρηματικό όφελος από την παρέμβαση ήταν $6000 - 3750 = 2250$ χρ. μονάδες.

Δ.4 Αντικαθιστώντας την τιμή P_k στην νέα συνάρτηση προσφοράς έχουμε:

Για $P_k = 20$ οι καταναλωτές ζητούν $Q_D = 400 - 10 \cdot 20 = 200$ μον. προϊόντος, ενώ για $P_k = 20$ οι παραγωγοί προσφέρουν $Q_S' = 60 + 10 \cdot 20 = 260$ μ. π. Συνεπώς στην αγορά του αγαθού το νέο πλεόνασμα $= Q_S' - Q_D = 60$ μ.π. το οποίο και θα αγοράσει το κράτος στην κατώτατη τιμή, προκειμένου να ενισχύσει το εισόδημα των αγροτών. Συγκεκριμένα: Νέα Επιβάρυνση Κρατικού Προϋπολογισμού = $20 \cdot 60 = 1200$ χρηματικές μονάδες. Μείωση στην επιβάρυνση του Κράτους = $2000 - 1200 = 800$ χρηματικές μονάδες.

Τις απαντήσεις επιμελήθηκε:
[Αριστείδης Νότης / Οικονομολόγος](#)

Μέλος του Κεντρικού Δ.Σ. της Ένωσης Οικονομολόγων