

**ΑΠΟΛΥΤΗΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
ΕΝΙΑΙΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ
ΤΡΙΤΗ 20 ΙΟΥΝΙΟΥ 2000
ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ**

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΟΜΑΔΑ Α

- A.1.1 Σωστό A.1.2 Σωστό A.1.3 Λάθος
A.2.1 γ A.2.2 γ

ΟΜΑΔΑ Β

B.1 Εξέλιξη

Ο όρος εξέλιξη αναφέρεται στη διαφοροποίηση των αγαθών που χρησιμοποιούνται για την ικανοποίηση της ίδιας ανάγκης. Για παράδειγμα, την ανάγκη του για θέρμανση ο άνθρωπος την ικανοποιούσε πολύ παλιά με φωτιά, αργότερα με σόμπες -αρχικά ξύλου, μετά υγραερίου ή ηλεκτρικού ρεύματος και στη σύγχρονη εποχή με καλοριφέρ ή κλιματιστικό μηχάνημα.

Πολλαπλασιασμός

Πολλαπλασιασμός των αναγκών σημαίνει δημιουργία νέων αναγκών. Για παράδειγμα, η ανάγκη για τηλεόραση δεν υπήρχε για τον Έλληνα καταναλωτή πριν το 1965, ενώ σήμερα υπάρχει σε κάθε σπίτι μια συσκευή τηλεόρασης.

B.2 Βασικοί λόγοι που συντελούν στον πολλαπλασιασμό και την εξέλιξη των αναγκών είναι οι εξής:

- **Η τεχνολογία.** Αποτέλεσμα της τεχνολογικής προόδου είναι η συνεχής ανακάλυψη νέων προϊόντων. Από τα νέα αυτά προϊόντα, άλλα καλύπτουν περισσότερο ικανοποιητικά τις ήδη υπάρχουσες ανάγκες, όπως η ηλεκτρονική φωτογραφική μηχανή, και άλλα δημιουργούν νέες ανάγκες, όπως ο ηλεκτρονικός υπολογιστής.
- **Η μίμηση.** Η έμφυτη τάση των ανθρώπων να μιμούνται τους άλλους συντελεί στη δημιουργία νέων αναγκών. Για παράδειγμα, η κατανάλωση χριστουγεννιάτικων δέντρων στη χώρα μας είναι αποτέλεσμα μίμησης εθίμου άλλης χώρας.
- **Η συνήθεια.** Η τάση των ανθρώπων να ζητούν την επανάληψη μιας απόλαυσης από τη χρησιμοποίηση ενός αγαθού οδηγεί τελικά στην ανάγκη γι' αυτό το αγαθό. Οι άνθρωποι συνηθίζουν εύκολα σε νέα προϊόντα, όταν τα χρησιμοποιήσουν αρκετές φορές. Ακούμε συχνά την έκφραση "το συνήθισα και μου έγινε ανάγκη".
- **Η διαφήμιση.** Η διαφήμιση επιδρά ψυχολογικά στον καταναλωτή και του δημιουργεί την επιθυμία απόκτησης αγαθών, δηλαδή δημιουργία αναγκών που διαφορετικά δε θα υπήρχαν. Η τεράστια ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας και κυρίως η τηλεόραση έδωσαν στη διαφήμιση τη δυνατότητα να πλησιάσει τον καταναλωτή, ανεξάρτητα από ηλικία, και να του "επιβάλει" νέα προϊόντα, αυξάνοντας τις ανάγκες του και οδηγώντας τον σε «υπερκατανάλωση".

ΟΜΑΔΑ Γ

α.

$$KE_X = \frac{\Delta\Psi}{\Delta X}$$

$$A \rightarrow B : KE_X = \frac{700-600}{50-0} = 2$$

$$B \rightarrow \Gamma : KE_X = \frac{600-400}{100-50} = 4$$

$$\Gamma \rightarrow \Delta : KE_X = \frac{400-0}{150-100} = 8$$

β.

i) Πρέπει να υπολογίσουμε τη μέγιστη ποσότητα του Ψ όταν παράγονται $X = 120$:

$$8 = \frac{400 - \Psi}{120 - 100} \Leftrightarrow \Psi = 240$$

	X	Ψ
Γ	100	400
	120	Ψ
Δ	150	0

Άρα ο συνδυασμός ($X = 120$, $\Psi = 230 < 240$) είναι εφικτός και βρίσκεται αριστερά από την Κ.Π.Δ.ii) Πρέπει να υπολογίσουμε τη μέγιστη ποσότητα του Ψ όταν παράγονται $X = 60$:

$$4 = \frac{600 - \Psi}{60 - 50} \Leftrightarrow \Psi = 560$$

	X	Ψ
B	50	600
	60	Ψ
Γ	100	400

Άρα ο συνδυασμός ($X = 60$, $\Psi = 560 = 560$) είναι μέγιστος και βρίσκεται επί της Κ.Π.Δ.iii) Πρέπει να υπολογίσουμε τη μέγιστη ποσότητα του X όταν παράγονται $\Psi = 500$:

$$4 = \frac{600 - 500}{X - 50} \Leftrightarrow X = 75$$

	X	Ψ
B	50	600
	X	500
Γ	100	400

Άρα ο συνδυασμός ($X = 100 > 75$, $\Psi = 500$) είναι ανέφικτος και βρίσκεται δεξιά από την Κ.Π.Δ.**ΟΜΑΔΑ Δ**

$$\Delta.1 \quad Q_{D1} = Q_S \Leftrightarrow 600 - 10 \cdot P = 360 + 2 \cdot P \Leftrightarrow P_0 = 20$$

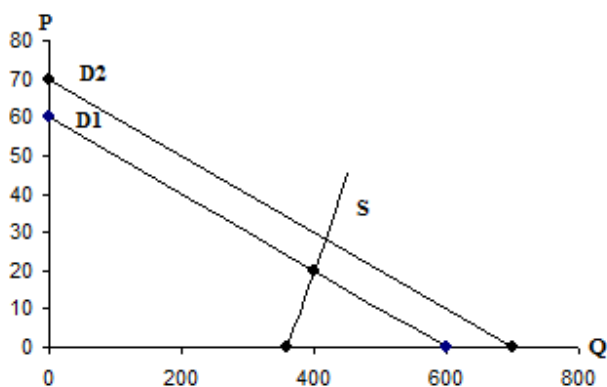
$$Q_0 = 600 - 10 \cdot 20 \Leftrightarrow Q_0 = 400$$

$\Delta.2$ α. Αντικαθιστώντας στις τρεις συναρτήσεις $Q = 0$ και $P = 0$, βρίσκουμε τα σημεία τομής των ευθειών με τους δύο άξονες. Έτσι, με τα σημεία ισορροπίας προκύπτουν οι ακόλουθοι πίνακες.

P	Q _{D1}
0	600
20	400
60	0

P	Q _{D2}
0	700
70	0

P	Q _S
0	360
20	400



β. Για $P = 20$ έχουμε $Q_{D2} = 700 - 10 \cdot 20 = 500$

$Q_{D2} > Q_S$: έλλειμμα που είναι ίσο με $500 - 400 = 100$ μονάδες

γ. $\frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100 = \frac{500 - 400}{400} \cdot 100 = 25\%$

$$E_Y = \frac{\Delta Q\%}{\Delta Y\%} = \frac{25\%}{10\%} = 2,5$$

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΜΑΡΙΝΟΣ οικονομολόγος – εκπαιδευτικός – www.economics.edu.gr