



**Κελάφας**  
ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ

**ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΤΕΚΝΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΤΟΥ  
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΕΚΝΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΠΟΥ  
ΥΠΗΡΕΤΟΥΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

**ΠΕΜΠΤΗ 12 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2024**

**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ**

**ΘΕΜΑ Α**

- A1.** α. Σωστό,  
β. Λάθος,  
γ. Λάθος,  
δ. Σωστό,  
ε. Σωστό.

**A2.** α

**A3.** γ

**ΘΕΜΑ Β**

**B1.** Σχολικό βιβλίο σελίδες 10-11

**α)** 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.



**Κελάφας**  
ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ

**ΑΙΣΧΥΛΟΥ 16 - ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ - ΤΗΛ. 210 5710710**



Κελάφας

ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ

- β) 1. 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.
- 2. 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.
- 3. 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”.
- 4. 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”.

ΘΕΜΑ Γ

Γ1.

Ποσότητα Εργασίας (L)	Συνολικό Προϊόν (Q)	Μέσο Προϊόν (AP)	Οριακό Προϊόν (MP)
2	120	60	-
6	360	60	60
$x = 8$	400	50	20



Κελάφας

ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ

ΑΙΣΧΥΛΟΥ 16 - ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ - ΤΗΛ. 210 5710710



$$AP_2 = \frac{Q_2}{2} \Rightarrow 60 = \frac{Q_2}{2} \Rightarrow \mathbf{Q_2 = 120}$$

$$AP_6 = \frac{Q_6}{6} \Rightarrow AP_6 = \frac{360}{6} \Rightarrow \mathbf{AP_6 = 60}$$

$$MP_6 = \frac{Q_6 - Q_2}{6 - 2} \Rightarrow MP_6 = \frac{360 - 120}{4} \Rightarrow \mathbf{MP_6 = 60}$$

$$AP_x = \frac{Q_x}{x} \Rightarrow 50 = \frac{400}{x} \Rightarrow x = \frac{400}{50} \Rightarrow \mathbf{x = 8}$$

$$MP_8 = \frac{Q_8 - Q_6}{8 - 6} \Rightarrow MP_8 = \frac{400 - 360}{2} \Rightarrow \mathbf{MP_8 = 20}$$

**Γ2. i)** Ο νόμος της φθίνουσας απόδοσης εμφανίζεται με την είσοδο του έβδομου εργάτη.

**ii)** Ο νόμος αυτός ισχύει, επειδή μεταβάλλονται οι αναλογίες που υπάρχουν κάθε φορά ανάμεσα στους σταθερούς και μεταβλητούς συντελεστές. Καθώς προστίθενται εργάτες στην παραγωγική διαδικασία, το συνολικό προϊόν αρχίζει να αυξάνεται με φθίνοντα ρυθμό, με αποτέλεσμα το οριακό προϊόν του μεταβλητού συντελεστή παραγωγής να μειώνεται.

**Γ3.**

L	Q	MP
2	120	-
5	$Q_5$	60
6	360	
7	$Q_7$	20
8	400	

$$60 = \frac{Q_5 - Q_2}{5 - 2} \Rightarrow 60 = \frac{Q_5 - 120}{3} \Rightarrow Q_5 - 120 = 180 \Rightarrow \mathbf{Q_5 = 300}$$

$$20 = \frac{Q_7 - Q_6}{7 - 6} \Rightarrow 20 = \frac{Q_7 - 360}{1} \Rightarrow Q_7 - 360 = 20 \Rightarrow \mathbf{Q_7 = 380}$$

$$\Delta Q = Q_7 - Q_5 \Rightarrow \Delta Q = 380 - 300 \Rightarrow \mathbf{\Delta Q = 80}$$

**Γ4. i)**  $FC = \frac{20}{100} \cdot 2.500 \Rightarrow \mathbf{FC = 500}$

**ii)**  $VC = TC - FC \Rightarrow VC = 2.500 - 500 \Rightarrow \mathbf{VC = 2.000}$



### ΘΕΜΑ Δ

$$\Delta 1. i) \text{ 2021 : } Q_0 = 400 - 20 \cdot P_0 \Rightarrow 300 = 400 - 20 \cdot P_0 \Rightarrow P_{0_{2021}} = 5$$

$$\text{2022 : } Q_0 = 400 - 20 \cdot P_0 \Rightarrow Q_0 = 400 - 20 \cdot 8 \Rightarrow Q_{0_{2022}} = 240$$

$$ii) \text{ ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΤΤ}} = P_{0_{2021}} \cdot Q_{0_{2021}} \Rightarrow \text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΤΤ}} = 5 \cdot 300 \Rightarrow \text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΤΤ}} = 1.500$$

$$\text{ΑΕΠ}_{2022 \text{ ΤΤ}} = P_{0_{2022}} \cdot Q_{0_{2022}} \Rightarrow \text{ΑΕΠ}_{2022 \text{ ΤΤ}} = 8 \cdot 240 \Rightarrow \text{ΑΕΠ}_{2022 \text{ ΤΤ}} = 1.920$$

$$\Delta 2. i) \Delta T_{2021} = \frac{P_{0_{2021}}}{P_{0_{2022}}} \cdot 100 \Rightarrow \Delta T_{2021} = \frac{5}{8} \cdot 100 \Rightarrow \Delta T_{2021} = 62,5$$

$$\Delta T_{2022} = 100 \text{ (έτος βάσης)}$$

$$ii) \text{ ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΣΤ}} = \frac{\text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΤΤ}}}{\Delta T_{2021}} \cdot 100 \Rightarrow \text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΣΤ}} = \frac{1.500}{62,5} \cdot 100 \Rightarrow$$

$$\text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΣΤ}} = 2.400$$

$$\text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΣΤ}} = \text{ΑΕΠ}_{2022 \text{ ΤΤ}} \text{ (έτος βάσης), άρα } \text{ΑΕΠ}_{2022 \text{ ΣΤ}} = 1.920$$

**Δ3. i)** Έστω  $x$  ο πληθυσμός το 2021

$$x - 0,2x = 80 \Rightarrow 0,8x = 80 \Rightarrow x = 100$$

$$\text{κκαΕΠ}_{2021} = \frac{\text{ΑΕΠ}_{2021 \text{ ΣΤ}}}{\text{πληθ}_{2021}} \Rightarrow \text{κκαΕΠ}_{2021} = \frac{2.400}{100} \Rightarrow \text{κκαΕΠ}_{2021} = 24$$

$$\text{κκαΕΠ}_{2022} = \frac{\text{ΑΕΠ}_{2022 \text{ ΣΤ}}}{\text{πληθ}_{2022}} \Rightarrow \text{κκαΕΠ}_{2022} = \frac{1.920}{80} \Rightarrow \text{κκαΕΠ}_{2022} = 24$$

ii) Είναι  $\text{κκαΕΠ}_{2021} = \text{κκαΕΠ}_{2022} = 24$ ,

άρα το βιοτικό επίπεδο παραμένει σταθερό.