



ΜΟΝΑΔΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΤΗΣ ΛΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΣΤΗΡΙΞΗΣ

Μικρασκοπούλου 103, 115 27 Αθήνα
τηλ: 010-7499100, fax: 010-7700502

e-mail: webmaster@moa.gr
www.moa.gr

ΕΞΕΤΑΣΗ

ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Επιλέξτε τη σωστή απάντηση,
από τις τέσσερις εναλλακτικές που σας δίνονται,
για τις 45 ερωτήσεις που ακολουθούν.

ΙΟΥΛΙΟΣ 2003

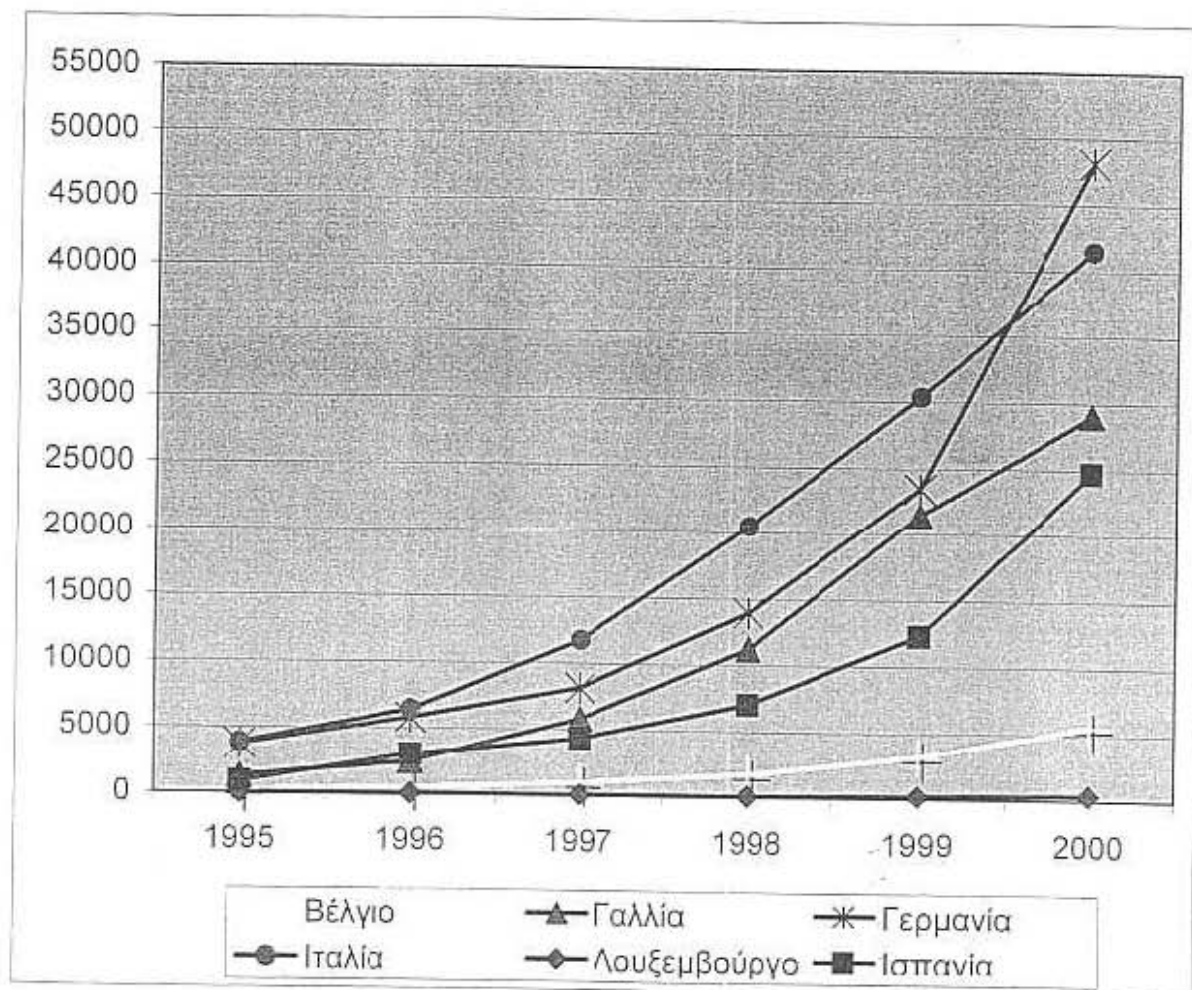
Ο παρακάτω πίνακας αφορά τις επόμενες τρεις ερωτήσεις 1 έως 3

Εργατικό δυναμικό κατά φύλο και ηλικία (2001)			
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	Εργατικό Δυναμικό	Απασχολούμενοι	Άνεργοι
14 ετών	0	0	0
15-19 ετών	80 686	51 779	28 907
20-24 ετών	402 648	295 983	106 665
25-29 ετών	570 638	478 948	91 690
30-44 ετών	1 721 328	1 578 166	143 162
45-64 ετών	1 482 617	1 409 594	73 023
65 + ετών	104 295	103 029	1 265
Αντρες			
14 ετών	0	0	0
15-19 ετών	46 468	34 199	12 270
20-24 ετών	205 625	164 871	40 754
25-29 ετών	323 442	285 404	38 039
30-44 ετών	992 099	945 062	47 037
45-54 ετών	965 364	929 526	35 839
65 + ετών	73 555	72 290	1 265
Γυναίκες			
14 ετών	0	0	0
15-19 ετών	34 218	17 580	16 637
20-24 ετών	197 023	131 112	65 911
25-29 ετών	247 196	193 544	53 651
30-44 ετών	729 229	633 104	96 125
45-64 ετών	517 253	480 069	37 184
65 + ετών	30 739	30 739	0

Πηγή: ΕΣΥΕ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού Β τρίμηνο

- Σε ποιο εύρος ηλικιών το μεγαλύτερο ποσοστό του εργατικού δυναμικού είναι απασχολούμενοι;
 - 15-19 ετών
 - 30-44 ετών
 - 45-64 ετών
 - 65 + ετών
- Ποιο είναι το ποσοστό των ανέργων ανδρών και γυναικών ανάμεσα στα 20 - 24 έτη ;
 - 26.5%
 - 53.3%
 - 36%
 - 24.9%
- Ποια από τις παρακάτω σχέσεις ισχύει, ανάμεσα στα ποσοστά των απασχολουμένων ανδρών;
 - % 45-64 ετών > % 65 + ετών
 - % 30-44 ετών < % 45-54 ετών
 - % 65 + ετών < % 30-44 ετών
 - % 30-44 ετών > % 45-54 ετών

Το παρακάτω διάγραμμα αφορά τις επόμενες δύο ερωτήσεις 4 και 5
Αριθμός συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας σε χώρες της δυτικής Ευρώπης



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ITU

4. Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, ποια από τις παρακάτω χώρες εκδήλωσε τη μεγαλύτερη διακύμανση από το 1999 στο 2000;
 - α. η Ισπανία
 - β. η Ιταλία
 - γ. η Γαλλία
 - δ. το Βέλγιο

5. Ποια από τις παρακάτω σχέσεις ισχύουν σχετικά με την ποσοστιαία άνοδο των συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας ανάμεσα στο 1996 και το 1997;
 - α. Γαλλία > Ισπανία
 - β. Γερμανία > Ιταλία
 - γ. Ισπανία > Γερμανία
 - δ. Βέλγιο > Γερμανία

6. Η κανονική τιμή πώλησης μιας αντηλιακής κρέμας στοιχίζει €10. Στις εκπτώσεις η τιμή μειώθηκε κατά 10%. Η μειωμένη τιμή είναι 20% μεγαλύτερη από το κόστος παραγωγής της αντηλιακής κρέμας. Ποιο είναι το κόστος παραγωγής της αντηλιακής κρέμας;
- € 9
 - € 7
 - € 7.5
 - € 6.5
7. Σε ένα κουτί βρίσκονται άσπρα και μαύρα κουμπιά. Το 15% από τα μαύρα κουμπιά και το 25% από τα άσπρα κουμπιά είναι ελαττωματικά. Το 60% του συνόλου των κουμπιών είναι μαύρα. Τι ποσοστό του συνόλου των κουμπιών είναι ελαττωματικό;
- 40%
 - 19%
 - 12%
 - 20%
8. Το κόστος παραγωγής ενός προϊόντος μειώθηκε με μια νέα μέθοδο παραγωγής ώστε να αποτελεί το 60% του αρχικού κόστους. Με τη χρησιμοποίηση φθηνότερης πρώτης ύλης την επόμενη χρονιά, το κόστος που προέκυψε μειώθηκε κατά 20% του ήδη μειωμένου. Τι ποσοστό του αρχικού ποσού αποτελεί το τελικό κόστος παραγωγής;
- 48%
 - 12%
 - 20%
 - 35%
9. Ένα γεμάτο δοχείο περιέχει 12 λίτρα βαφής. Εάν στο δοχείο έχει μείνει βαφή κατά 6 λίτρα λιγότερη από αυτή που χρησιμοποιήσαμε, πόσα λίτρα βαφής χρησιμοποιήσαμε;
- 3
 - 4.5
 - 6
 - 9
10. Το κόστος μίας ανατομικής καρέκλας με έκπτωση 20% είναι € 500. Ποια είναι η αρχική τιμή της;
- € 570
 - € 600
 - € 625
 - € 700
11. Ένας ζαχαροπλάστης φτιάχνει γεμιστά και απλά μπισκότα. Τη Δευτέρα έφτιαξε 850 μπισκότα συνολικά. Τα γεμιστά μπισκότα που έφτιαξε ήταν 162 λιγότερα από τα απλά. Πόσα απλά μπισκότα έφτιαξε;
- 506
 - 344
 - 688
 - 425

12. Εάν ένας μέτοχος της εταιρείας Σ.Τ.Κ. μπορούσε να πουλήσει το $\frac{1}{3}$ των μετοχών του για € 600 θα είχε 20% κέρδος. Αντιθέτως πούλησε το $\frac{1}{3}$ των μετοχών του με 40% ζημιά. Σε τι τιμή πούλησε το $\frac{1}{3}$ των μετοχών του;
- € 500
 - € 480
 - € 288
 - € 300
13. Ένας γεωργός παράγει 240 κιλά ντομάτας με κόστος € 280. Εάν κρατήσει το 20% της παραγωγής, σε τι τιμή ανά κιλό πρέπει να πουλήσει το υπόλοιπο της παραγωγής για να καλύψει το κόστος του;
- € 1.16
 - € 1.46
 - € 1.56
 - € 2
14. Η ηλικία της Μαίρης είναι τώρα τρεις φορές όσο η ηλικία του Νίκου που είναι τώρα 20 ετών. Πριν πόσα χρόνια η ηλικία της Μαίρης ήταν 5 φορές όσο η ηλικία του Νίκου;
- 7.5
 - 15
 - 7
 - 10
15. Η Δόμνα αγοράζει 12 ποτήρια για € 14.9 το ένα. Την επόμενη ημέρα επιστρέφει στο μαγαζί για να αλλάξει τα ποτήρια και να πάρει 6 ποτήρια που κοστίζουν € 6.7 το ένα. Τι ποσό θα επιστραφεί στη Δόμνα;
- € 219
 - € 178.8
 - € 138.6
 - € 138

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες τρεις ερωτήσεις 16 έως 18.

Σε μια δραματική σχολή παραδίδεται ένας κύκλος μαθημάτων διάρκειας 6 εβδομάδων. Οι παραδόσεις αφορούν τα ακόλουθα μαθήματα: Παντομίμα, Χορό, Τραγούδι, Αρχαία Ελληνική Τραγωδία, Ιστορία Ευρωπαϊκού Θεάτρου, Ιστορία Σύγχρονου Ελληνικού Θεάτρου, Υποκριτική, Μουσικά Όργανα. Παραδίδεται ένα μάθημα την εβδομάδα με βάση τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

- Το μάθημα της Υποκριτικής παραδίδεται σε κάθε κύκλο μαθημάτων και πάντα την πρώτη εβδομάδα
- Το μάθημα Μουσικών Οργάνων και το μάθημα της Παντομίας παραδίδονται πάντα, με το μάθημα των Μουσικών Οργάνων να παραδίδεται την αμέσως προηγούμενη εβδομάδα από εκείνη που παραδίδεται το μάθημα της Παντομίας
- Το μάθημα της Ιστορίας του Σύγχρονου Ελληνικού Θεάτρου δεν παραδίδεται στον ίδιο κύκλο μαθημάτων στον

οποίο παραδίδεται το μάθημα της Αρχαίας Ελληνικής Τραγωδίας

- *Όταν παραδίδεται το μάθημα Τραγούδι, η παράδοσή του γίνεται αφού έχει παραδοθεί το μάθημα Μουσικά Όργανα, με ένα από τα υπόλοιπα μαθήματα να παραδίδεται μεταξύ τους*
- *Το μάθημα Χορός δεν παραδίδεται παρά μόνο εάν έχει προηγηθεί η παράδοση του μαθήματος Τραγούδι σε κάποια από τις προηγούμενες εβδομάδες*

16. Ποιο από τα ακόλουθα είναι ένα αποδεκτό πρόγραμμα των μαθημάτων για τις εβδομάδες 1^η έως 6^η του κύκλου μαθημάτων;
- α. Υποκριτική – Μουσικά Όργανα – Παντομίμα – Τραγούδι – Ιστορία του Ευρωπαϊκού Θεάτρου – Ιστορία του Σύγχρονου Ελληνικού Θεάτρου
 - β. Υποκριτική – Μουσικά Όργανα – Παντομίμα – Ιστορία του Ευρωπαϊκού Θεάτρου – Τραγούδι – Αρχαία Τραγωδία
 - γ. Μουσικά Όργανα – Παντομίμα – Τραγούδι – Χορός – Ιστορία του Σύγχρονου Ελληνικού Θεάτρου – Ιστορία του Ευρωπαϊκού Θεάτρου
 - δ. Τραγούδι – Μουσικά Όργανα – Παντομίμα – Ιστορία του Ευρωπαϊκού Θεάτρου – Αρχαία Τραγωδία – Χορός
17. Εάν το μάθημα Ιστορία Σύγχρονου Ελληνικού Θεάτρου παραδίδεται την αμέσως προηγούμενη εβδομάδα από εκείνη που παραδίδεται το μάθημα Μουσικά Όργανα, ποιο από τα παρακάτω μπορεί να αληθεύει;
- α. Το μάθημα του Χορού παραδίδεται την τέταρτη εβδομάδα
 - β. Το μάθημα Τραγούδι παραδίδεται την τρίτη εβδομάδα
 - γ. Το μάθημα Αρχαία Τραγωδία παραδίδεται την έκτη εβδομάδα
 - δ. Το μάθημα Ιστορία του Ευρωπαϊκού Θεάτρου παραδίδεται την έκτη εβδομάδα
18. Για ποιο από τα παρακάτω μαθήματα δεν υπάρχει καμία πιθανότητα να παραδίδεται την τελευταία εβδομάδα του κύκλου;
- α. Το μάθημα Μουσικά Όργανα
 - β. Το μάθημα του Χορού
 - γ. Το μάθημα Αρχαία Ελληνική Τραγωδία
 - δ. Το μάθημα Ιστορία Σύγχρονου Ελληνικού Θεάτρου

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες δύο ερωτήσεις 19 και 20.

Σε μια μελέτη της Ε.Ε. αναφορικά με τον αριθμό των συνδρομητών στο Internet συμμετείχαν η Γερμανία, η Ιταλία, η Μ. Βρετανία, η Ολλανδία, η Πορτογαλία, η Σουηδία, και η Φιλανδία. Στο τέλος της έρευνας προέκυψε μια λίστα αναφορικά με τον αριθμό των συνδρομητών της κάθε χώρας στο Internet. Κάποια στοιχεία που δόθηκαν είναι τα ακόλουθα:

- *Η Πορτογαλία βρίσκεται στην τελευταία θέση έχοντας το μικρότερο αριθμό συνδρομητών*

- *Η Μ. Βρετανία είναι πιο ψηλά στη λίστα έχοντας το μεγαλύτερο αριθμό συνδρομητών στο Internet*
 - *Η Γερμανία βρίσκεται στη μέση της λίστας έχοντας περισσότερους συνδρομητές από την Ιταλία και λιγότερους από τη Σουηδία*
19. Με βάση τα στοιχεία που παρατίθενται και μόνο, ποια είναι μια πιθανή σειρά κατάταξης;
- α. Μ. Βρετανία > Γερμανία > Σουηδία > Ολλανδία > Φιλανδία > Ιταλία > Πορτογαλία
 - β. Μ. Βρετανία > Σουηδία > Ολλανδία > Γερμανία > Φιλανδία > Ιταλία > Πορτογαλία
 - γ. Μ. Βρετανία > Σουηδία > Ολλανδία > Γερμανία > Φιλανδία > Πορτογαλία > Ιταλία
 - δ. Σουηδία > Μ. Βρετανία > Ολλανδία > Γερμανία > Φιλανδία > Ιταλία > Πορτογαλία
20. Αν η Σουηδία βρίσκεται στην αμέσως επόμενη θέση από αυτή της Μ Βρετανίας, ποιο από τα παρακάτω είναι λάθος;
- α. Μ. Βρετανία > Σουηδία > Φιλανδία > Γερμανία > Ιταλία > Ολλανδία > Πορτογαλία
 - β. Μ. Βρετανία > Σουηδία > Ολλανδία > Γερμανία > Ιταλία > Φιλανδία > Πορτογαλία
 - γ. Μ. Βρετανία > Σουηδία > Ολλανδία > Γερμανία > Φιλανδία > Ιταλία > Πορτογαλία
 - δ. Μ. Βρετανία > Σουηδία > Ιταλία > Γερμανία > Φιλανδία > Ολλανδία > Πορτογαλία

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες δύο ερωτήσεις 21 και 22.

Ένα φορτηγό οδικής βοήθειας έχει λάβει κλήσεις για τις οδούς Ανθοκήπων, Βύρωνος, Ελύτη, Θέωνος, Μυταρά, Μελιγαλά και Παπαδιαμάντη και πρέπει να πάει σε όλες τηρώντας τους ακόλουθους περιορισμούς:

- *Από την οδό Ανθοκήπων πρέπει να πάει στην οδό Θέωνος αφού έχει μεσολαβήσει τουλάχιστον άλλη μία στάση*
- *Πρέπει να πάει στην οδό Βύρωνος αφού έχει περάσει από την οδό Παπαδιαμάντη, η οποία όμως δε χρειάζεται να είναι η αμέσως προηγούμενη στάση του*
- *Πρέπει να επισκεφθεί τις οδούς Βύρωνος και Μελιγαλά αμέσως τη μία μετά την άλλη, με οποιαδήποτε σειρά, δηλαδή είτε να επισκεφθεί τη Βύρωνος αμέσως μετά τη Μελιγαλά είτε αντίστροφα*
- *Αμέσως μετά την οδό Ελύτη, πρέπει να πάει στην οδό Θέωνος*

21. Ποια είναι μια πιθανή διαδρομή που μπορεί να ακολουθήσει;
- Ελύτη – Θέωνος – Ανθοκήπων – Παπαδιαμάντη – Μελιγαλά – Βύρωνος – Μυταρά
 - Μυταρά – Παπαδιαμάντη – Μελιγαλά – Βύρωνος – Ανθοκήπων – Ελύτη – Θέωνος
 - Ανθοκήπων – Ελύτη – Θέωνος – Μυταρά – Βύρωνος – Μελιγαλά – Παπαδιαμάντη
 - Ανθοκήπων – Θέωνος – Ελύτη – Παπαδιαμάντη – Μυταρά – Βύρωνος – Μελιγαλά
22. Ποιο από τα παρακάτω δεν ισχύει ;
- Ανθοκήπων – Ελύτη – Θέωνος – Παπαδιαμάντη – Μελιγαλά – Βύρωνος - Μυταρά
 - Παπαδιαμάντη – Ανθοκήπων – Ελύτη – Θέωνος – Βύρωνος – Μελιγαλά - Μυταρά
 - Παπαδιαμάντη - Ανθοκήπων – Ελύτη – Θέωνος – Μελιγαλά – Μυταρά - Βύρωνος
 - Μυταρά – Παπαδιαμάντη – Βύρωνος – Μελιγαλά – Ανθοκήπων – Ελύτη – Θέωνος

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες δύο ερωτήσεις 23 και 24.

Μια εταιρεία ραδιοταξί, για εσωτερικούς λόγους συμβολίζει κάθε ταξιτζή με τον οποίο συνεργάζεται με ένα διαφορετικό αύξοντα αριθμό. Έχει βγει το ημερήσιο πρόγραμμα των διαδρομών το οποίο παρουσιάζεται στη σειρά που ακολουθεί.

9 3 3 4 5 6 6 6 7 2 2 3 3 4 4 5 7 8

Θα πρέπει να βρείτε ποιον ταξιτζή συμβολίζει το κάθε νούμερο με βάση τους ακόλουθους κανονισμούς αποκωδικοποίησης :

- Κάθε ένα από τα νούμερα από το 2 έως το 9 συμβολίζει ένα μόνο ταξιτζή από τους οκτώ, των οποίων τα ονόματα είναι Αντώνης, Ευθύμιος, Ηλίας, Γιώργος, Ορέστης, Μιχάλης, Σωτήρης, Τάσος
- Αν κάποιου νούμερο εμφανίζεται περισσότερες από μία φορές συμβολίζει κάθε φορά τον ίδιο ταξιτζή και δηλώνει τον αριθμό των διαδρομών που θα πρέπει να κάνει μέσα στην ημέρα
- Ο Τάσος και ο Γιώργος θα πάρουν ακριβώς τρεις διαδρομές ο καθένας
- Ο Ηλίας και ο Αντώνης θα πάρουν ακριβώς δύο διαδρομές ο καθένας
- Ο Ευθύμιος θα πάρει ακριβώς 4 διαδρομές

23. Αν το 2 συμβολίζει το Μιχάλη και το 7 τον Αντώνη, τότε το 5 θα πρέπει να συμβολίζει ;
- α. Τον Ηλία
 - β. Το Γιώργο
 - γ. Το Σωτήρη
 - δ. Τον Τάσο
24. Αν το 9 συμβολίζει κάποιον που το όνομά του αρχίζει από φωνήεν, ποιος θα είναι αυτός ;
- α. Ο Αντώνης
 - β. Ο Ευθύμιος
 - γ. Ο Ηλίας
 - δ. Ο Ορέστης

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες δύο ερωτήσεις 25 και 26.

Σε γενικές γραμμές μπορεί να αναφερθεί ότι η διαφήμιση εξαναγκάζει τις εταιρείες στην όλο και μεγαλύτερη βελτίωση των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

25. Ποιο από τα επιχειρήματα που ακολουθούν, ενδυναμώνει την παραπάνω διατύπωση;
- α. Ακόμη και μετά από έντονη διαφήμιση κάποιες εταιρείες δεν αυξάνουν τις πωλήσεις τους
 - β. Υπάρχουν και άλλες μέθοδοι, εκτός από τις διαφημίσεις, που εξαναγκάζουν τις εταιρείες να βελτιώσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους
 - γ. Η διαφήμιση εκπαιδεύει το κοινό καθιστώντας το πιο απαιτητικό απέναντι στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που του προσφέρονται
 - δ. Κάποιες εταιρείες επενδύουν πολύ μεγάλα ποσά σε διαφήμιση
26. Ποιο από τα επιχειρήματα που ακολουθούν, αποδυναμώνει την παραπάνω διατύπωση;
- α. Οι εταιρείες που δαπανούν μεγάλα ποσά σε διαφήμιση προσφέρουν καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες
 - β. Οι εταιρείες που διαφημίζονται έντονα θεωρούν ότι θα αυξήσουν τις πωλήσεις τους μέσα από τη διαφήμιση κ. έτσι δεν βελτιώνουν ουσιαστικά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους
 - γ. Οι καταναλωτές μπορούν να ενημερωθούν για τα πλεονεκτήματα ενός προϊόντος μέσα από τη διαφήμιση του ίδιου ή κάποιου αντίστοιχου προϊόντος με αποτέλεσμα να γίνονται πιο απαιτητικοί
 - δ. Καθώς περνούν τα χρόνια το καταναλωτικό κοινό γίνεται όλο και πιο απαιτητικό

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες τρεις ερωτήσεις 27 έως 29.

Πέντε δημοτικοί σύμβουλοι του δήμου Αργυρούπολης θα βραβευσθούν για τη 10ετή προσφορά τους στο δήμο. Τα ονόματά τους είναι Δημόπουλος, Καρατάσος, Γεωργακοπούλου, Μάνεσης, Ασιώτης και κάποιοι περιορισμοί στη σειρά βράβεισής τους είναι οι ακόλουθοι:

- Ο κ. Ασιώτης δε θα βραβευθεί αμέσως πριν ή αμέσως μετά από τον κ. Μάνεση
- Ο κ. Δημόπουλος θα βραβευθεί τέταρτος
- Ο κ. Καρατάσος θα βραβευθεί μετά από την κ. Γεωργακοπούλου αφού όμως μεσολαβήσει και κάποιος άλλος δημοτικός σύμβουλος

27. Ποια από τις παρακάτω σειρές βράβεισης είναι αποδεκτή;
- α. Ασιώτης – Μάνεσης – Γεωργακοπούλου- Δημόπουλος – Καρατάσος
 - β. Ασιώτης – Καρατάσος – Δημόπουλος – Γεωργακοπούλου - Μάνεσης
 - γ. Ασιώτης – Καρατάσος – Γεωργακοπούλου – Δημόπουλος – Μάνεσης
 - δ. Γεωργακοπούλου – Ασιώτης – Καρατάσος – Δημόπουλος- Μάνεσης
28. Εάν ο κ. Καρατάσος βραβευθεί 3^{ος} με ποια σειρά θα βραβευθεί η κ. Γεωργακοπούλου;
- α. 1^η
 - β. 5^η
 - γ. 2^η
 - δ. 4^η
29. Ποιος /α δημοτικός /ή σύμβουλος αποκλείεται να βραβευθεί τελευταίος /α ;
- α. Ο κ. Ασιώτης
 - β. Ο κ. Μάνεσης
 - γ. Η κ. Γεωργακοπούλου
 - δ. Ο κ. Καρατάσος

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά την επόμενη μία ερώτηση 30.

Ένας υπάλληλος Super Market τοποθετεί στα ράφια του ψυγείου κάποια προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά είναι, βούτυρο, γάλα, γιαούρτι, ξυνόγαλο και κρέμα γάλακτος.

- *Το βούτυρο είναι πιο χαμηλά από όλα τα υπόλοιπα προϊόντα*
- *Το ξυνόγαλο είναι πιο ψηλά τοποθετημένο από το γάλα, όχι όμως και από την κρέμα γάλακτος*

30. Ποιο από τα παρακάτω είναι σίγουρα λάθος ;

- α. Το βούτυρο είναι πιο χαμηλά τοποθετημένο από το γιαούρτι
- β. Το γιαούρτι είναι πιο ψηλά τοποθετημένο από την κρέμα γάλακτος
- γ. Το γάλα είναι πιο χαμηλά τοποθετημένο από το ξυνόγαλο
- δ. Το γάλα είναι πιο ψηλά τοποθετημένο από την κρέμα γάλακτος

Το κείμενο που ακολουθεί αφορά τις επόμενες δεκαπέντε ερωτήσεις 31 έως 45.

Οι διαρθρωτικές αδυναμίες που παρουσιάζει η Ελληνική οικονομία επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα των εξαγωγικών προϊόντων. Χωρίς ανταγωνιστικά προϊόντα δεν μπορούμε να συζητάμε για αύξηση των εξαγωγών και ειδικότερα μετά την ΟΝΕ εποχή. Σε αντίθεση με την Ελλάδα, ανταγωνίστριες χώρες που αντιμετωπίζουν παρόμοια διαρθρωτικά προβλήματα στις οικονομίες τους, κατόρθωσαν να αυξήσουν τις εξαγωγές και τα μερίδια τους. Για τις ομάδες προϊόντων που εξάγει η Ελλάδα στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρατηρείται αύξηση εισαγωγών αλλά οι εισαγωγές από Ελλάδα για τις ίδιες ομάδες παρουσιάζουν μείωση, γεγονός που αποδεικνύει τη μειωμένη ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών προϊόντων. Η διαχρονική απώλεια μεριδίων από συγκεκριμένες αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως π.χ. Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και η περιορισμένη σύνθεση εξαγωγικών προϊόντων δεν αποτελούν ευνοϊκές προοπτικές για το μέλλον.

Η φθίνουσα πορεία των ελληνικών εξαγωγών οφείλεται σε πολυάριθμα και πολύπλοκα αίτια, εκ των οποίων το πιο σημαντικό είναι η έλλειψη στρατηγικής. Οι ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί ως τώρα είναι αποσπασματικές, ευκαιριακές χωρίς να αποτελούν μέρος μιας συγκεκριμένης στρατηγικής η οποία να περιέχει στόχους, εξειδικευμένες δράσεις και μέσα προώθησης. Οι ανταγωνίστριες χώρες που επιτυγχάνουν αύξηση του μεριδίου τους στις διάφορες αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης προβαίνουν στις ακόλουθες ενέργειες: Κατ' αρχήν εκπονείται ένα σχέδιο δράσης με συμμετοχή των κλαδικών φορέων και των υπηρεσιών / οργανισμών που

ασχολούνται με την προώθηση των εξαγωγών. Σε αυτό το σχέδιο καταγράφονται ποια προϊόντα και προς ποιες χώρες μπορούν να εξαχθούν. Στη συνέχεια αναθέτουν σε ειδικευμένα γραφεία μελετών στις αγορές - στόχους την εκπόνηση ειδικών ερευνών που εμπεριέχουν και τις συγκεκριμένες ενέργειες που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν για την αποτελεσματική διείσδυση των προϊόντων αυτών στη συγκεκριμένη αγορά. Αυτές οι ενέργειες ενσωματώνονται στο σχέδιο δράσης και αρχίζουν να υλοποιούνται υπό την παρακολούθηση των αντίστοιχων γραφείων Ο.Ε.Υ. της κάθε χώρας στο εξωτερικό τα οποία έχουν και τη δυνατότητα να προβαίνουν σε διαρθρωτικές επεμβάσεις. Στο τέλος του έτους γίνεται ο απολογισμός και αποφασίζονται οι επόμενες ενέργειες.

Είναι σημαντικό λοιπόν να προχωρήσει και η Ελλάδα στη χάραξη εξαγωγικής στρατηγικής η οποία βέβαια θα έχει ως αποτέλεσμα την εκπόνηση ενός σχεδίου δράσεως. Χωρίς σχεδιασμό στερούμεθα βασικής εξαγωγικής πολιτικής και επομένως δεν μπορούν να τεθούν προτεραιότητες ως προς τις αγορές - στόχους και τα προϊόντα που θα εξαχθούν.

Η εκπόνηση σχεδίου δράσης για τις εξαγωγές προϋποθέτει τη στενή συνεργασία του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα. Το σχέδιο δράσης αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει συγκεκριμένες ενέργειες για συγκεκριμένα προϊόντα, κλάδους (π.χ. ενδύματα, υποδήματα, ελαιόλαδο, μάρμαρο) ανά γεωγραφική περιοχή και ανά χώρα - στόχο καθώς και συγκεκριμένο στοχοδιάγραμμα. Η συμμετοχή των κλαδικών συνδέσμων είναι απαραίτητη στη διαμόρφωση στρατηγικής για τους επιμέρους κλάδους γιατί γνωρίζουν σε βάθος τα προβλήματα και τα πλεονεκτήματα και μπορούν να αναλάβουν σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση συγκεκριμένων ενεργειών για τον κλάδο τους. Επίσης, στο τέλος κάθε έτους θα γίνεται απολογισμός των πεπραγμένων και θα χαράσσεται το σχέδιο δράσεως για την επόμενη περίοδο.

Στόχος ενός τέτοιου σχεδίου θα πρέπει να είναι η προβολή των δυνατοτήτων και προοπτικών της Ελληνικής οικονομίας και των κυριοτέρων κλάδων. Μέσω προσεκτικής ανάλυσης δεδομένων θα πρέπει να εντοπισθούν οι κλάδοι οι οποίοι είτε διαθέτουν είτε μπορούν να αποκτήσουν ένα μακροπρόθεσμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις διεθνείς αγορές ανάλογα με τις παραγωγικές μας διαδικασίες.

Με βάση όσα αναφέρονται στο παραπάνω κείμενο και μόνο, επιλέξτε την πρόταση που εκφράζει απόλυτα την άποψη του συντάκτη. Από τις 4 επιλογές που παρέχονται μόνο μια είναι σωστή. Προσοχή, για να βρείτε τη σωστή απάντηση θα πρέπει να βασιστείτε στις πληροφορίες του κειμένου, αποφεύγοντας της διαξαγωγή συμπερασμάτων.

31. Σύμφωνα με το κείμενο:

- α. Η ελληνική οικονομία παρουσιάζει διαρθρωτικές αδυναμίες και αυτό επηρεάζει αρνητικά την παραγωγή εξαγωγικών προϊόντων
- β. Τα ελληνικά εξαγωγικά προϊόντα δεν είναι ανταγωνιστικά γιατί παρουσιάζουν διαρθρωτικές αδυναμίες
- γ. Οι διαρθρωτικές αδυναμίες των εξαγωγικών προϊόντων επηρεάζουν την Ελληνική Οικονομία
- δ. Η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών εξαγωγικών προϊόντων είναι χαμηλή κυρίως λόγω των διαρθρωτικών αδυναμιών της Ελληνικής οικονομίας

32. Σύμφωνα με το κείμενο:

- α. Η μειωμένη ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων αποδεικνύεται από την αύξηση των εισαγωγών στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης των ομάδων προϊόντων που εξάγει η Ελλάδα.
- β. Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αυξάνουν τις εισαγωγές τους στις ομάδες προϊόντων που εξάγει η Ελλάδα αλλά δεν εισάγουν τα προϊόντα αυτά από την Ελλάδα.
- γ. Η αύξηση των εισαγωγών της Ελλάδας αποδεικνύει τη μειωμένη ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων.
- δ. Η Ελλάδα εισάγει τις ίδιες ομάδες προϊόντων που εξάγει.

33. Σύμφωνα με το κείμενο:

- α. Στο μέλλον, οι ελληνικές εξαγωγές θα έχουν περιορισμένη σύνθεση εξαγωγικών προϊόντων
- β. Συγκεκριμένες αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο χάνουν διαχρονικά τα μερίδια αγοράς τους
- γ. Η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο και η περιορισμένη σύνθεση εξαγωγικών προϊόντων υπονομεύουν τις ελληνικές εξαγωγές
- δ. Η απώλεια μεριδίων αγοράς και η περιορισμένη σύνθεση εξαγωγικών προϊόντων επηρεάζουν το μέλλον των ελληνικών εξαγωγών

34. Σύμφωνα με το κείμενο, οι ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί ως τώρα από την Ελλάδα σχετικά με τις εξαγωγές:

- α. Οφείλονται σε πολυάριθμα αίτια
- β. Στοχεύουν σε συγκεκριμένα μέσα προώθησης
- γ. Περιέχουν στόχους εξειδικευμένες δράσεις μέσα προώθησης
- δ. Δεν είναι αποτέλεσμα συγκεκριμένης στρατηγικής

35. Σύμφωνα με το κείμενο, οι ανταγωνίστριες χώρες που επιτυγχάνουν αύξηση των μεριδίων αγοράς τους:

- α. Εκπονούν αρχικά σχέδιο δράσης
- β. Αναθέτουν τη στρατηγική εξαγωγών τους σε γραφεία μελετών
- γ. Προωθούν τις εξαγωγές κλαδικά
- δ. Αρχικά ασχολούνται με την προώθηση των εξαγωγών

36. Σύμφωνα με το κείμενο, στο σχέδιο δράσης που εκπονούν οι ανταγωνίστριες χώρες:
- Καταγράφονται τα προϊόντα και οι χώρες που τα εξάγουν
 - Συμμετέχουν όλες οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης
 - Καταγράφονται τα εξαγωγίμα προϊόντα και ανά χώρα στόχο
 - Κατηγοριοποιούνται οι χώρες εισαγωγής
37. Σύμφωνα με το κείμενο, τα ειδικευμένα γραφεία μελετών στις χώρες στόχους των ανταγωνιστριών χωρών:
- Πραγματοποιούν συγκεκριμένες ενέργειες για την αποτελεσματική διείσδυση των προϊόντων στην αγορά
 - Πραγματοποιούν έρευνες και προτείνουν τρόπους διείσδυσης των προϊόντων στην αγορά
 - Μελετούν και επιλέγουν τις χώρες στόχους
 - Εκπονούν ειδικές έρευνες που λανσάρουν στη συγκεκριμένη αγορά
38. Σύμφωνα με το κείμενο:
- Τα αντίστοιχα γραφεία Ο.Ε.Υ. της κάθε χώρας στο εξωτερικό παρακολουθούν και επιβλέπουν τις ενέργειες διείσδυσης των προϊόντων.
 - Τα γραφεία Ο.Ε.Υ της κάθε χώρας στο εξωτερικό προβαίνουν σε επεμβάσεις στην πολιτική της κάθε χώρας
 - Τα γραφεία Ο.Ε.Υ της κάθε χώρας ενσωματώνονται στο σχέδιο δράσης
 - Τα αντίστοιχα γραφεία Ο.Ε.Υ. της κάθε χώρας στο εξωτερικό έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν τα γραφεία μελετών
39. Σύμφωνα με το κείμενο, η έλλειψη σχεδιασμού των ελληνικών εξαγωγών:
- Επιφέρει την εκπόνηση ενός σχεδίου δράσεως με προτεραιότητες ως προς τις αγορές στόχους και τα προϊόντα
 - Επηρεάζει την πολιτική
 - Στερεί την εξαγωγική πολιτική από προτεραιότητες
 - Έχει ως αποτέλεσμα την ελλιπή εεράρχηση εξαγωγίμων προϊόντων και αγορών - στόχων
40. Σύμφωνα με το κείμενο:
- Ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας πρέπει να συνεργαστούν για την εκπόνηση σχεδίου δράσης για τις εξαγωγές
 - Ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας δεν μπορούν να συνεργαστούν στενά
 - Η στενή συνεργασία του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα προϋποθέτει την ύπαρξη εξαγωγικής πολιτικής
 - Ο δημόσιος και ιδιωτικός τομέας εκπονούν πολλά σχέδια δράσης σε συνεργασία
41. Σύμφωνα με το κείμενο, το σχέδιο δράσης για τις ελληνικές εξαγωγές θα πρέπει να περιλαμβάνει:
- Το στοχοδιάγραμμα για τον κλάδο του μαρμάρου
 - Ενέργειες δράσης ανά προϊόν, κλάδο και χώρα στόχο
 - Τα προϊόντα που εξάγονται από τις παραμεθόριες γεωγραφικές περιοχές
 - Το χρονοδιάγραμμα των στόχων των κλαδικών συνδέσμων

42. Σύμφωνα με το κείμενο:

- α. Οι κλαδικοί σύνδεσμοι γνωρίζουν τα προβλήματα της στρατηγικής
- β. Οι κλαδικοί σύνδεσμοι μπορούν να αναλάβουν την πραγματοποίηση συγκεκριμένων ενεργειών που αποβλέπουν στην επίλυση των προβλημάτων και την ενίσχυση των πλεονεκτημάτων
- γ. Ο κάθε κλάδος διαμορφώνει στρατηγική για τους επιμέρους κλάδους
- δ. Επειδή οι κλαδικοί σύνδεσμοι γνωρίζουν τα προβλήματα και τα πλεονεκτήματα τους μπορούν να συμβάλλουν τόσο στη χάραξη της στρατηγικής όσο και στην πραγματοποίηση συγκεκριμένων ενεργειών

43. Σύμφωνα με το κείμενο, στο τέλος του χρόνου:

- α. Θα γίνουν οι διορθωτικές ενέργειες του σχεδίου δράσης και θα γίνουν επεμβάσεις στο σχέδιο δράσεως του επόμενου έτους
- β. Θα αξιολογούνται οι ενέργειες του έτους και θα σχεδιάζεται το επόμενο σχέδιο δράσεως
- γ. Θα γίνεται απολογισμός και αναλόγως των αποτελεσμάτων θα αποφασίζεται αν θα γίνουν εξαγωγές το επόμενο έτος
- δ. Θα συντάσσεται το έντυπο πεπραγμένων και θα μετατίθεται ο απολογισμός του στην επόμενη περίοδο

44. Σύμφωνα με το κείμενο:

- α. Το σχέδιο δράσης για τις ελληνικές εξαγωγές πρέπει να αποβλέπει στην προβολή των δυνατοτήτων και προοπτικών των κλάδων εξαγωγής
- β. Στόχος του σχεδίου δράσης για τις ελληνικές εξαγωγές είναι η ιεράρχηση των κλάδων σύμφωνα με τις προοπτικές τους
- γ. Η προβολή της Ελληνικής οικονομίας θα συμβάλλει και στην προβολή των κυριότερων κλάδων
- δ. Ανάλογα με τις δυνατότητες και τις προοπτικές της Ελληνικής οικονομίας θα προβάλλονται οι κυριότεροι κλάδοι εξαγωγών

45. Σύμφωνα με το κείμενο:

- α. Πρέπει να γίνει προσεκτική ανάλυση δεδομένων της Ελληνικής οικονομίας για να βελτιστοποιηθούν οι παραγωγικές διαδικασίες.
- β. Η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι ο στόχος του σχεδίου δράσης
- γ. Οι κλάδοι που διαθέτουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις διεθνείς αγορές έχουν καλύτερες παραγωγικές διαδικασίες
- δ. Η αναγνώριση των κυριότερων κλάδων εξαγωγών θα προκύψει από ανάλυση της δυνατότητας τους να έχουν ή να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις διεθνείς αγορές

