

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ,
ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ
Α΄ ΓΕΝΙΚΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ**

ΤΟΜΟΣ 2

Ι.Τ.Υ.Ε. «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ»

Συγγραφική ομάδα

Μαρία Ιωάννου-Σεργίου

**Επιθεωρήτρια Οικονομικών
Μαθημάτων**

Μαρία Μάτση

Καθηγήτρια Οικονομικών

Νεόφυτος Σάββας

Καθηγητής Οικονομικών

Λέλλα Σταύρου-Παπαδοπούλου

Καθηγήτρια Οικονομικών

Επιστημονικοί συνεργάτες

Σωφρόνης Κληρίδης

**Αν. Καθηγητής Πανεπιστημίου
Κύπρου**

Μιχάλης Μιχαήλ

Καθηγητής Πανεπιστημίου Κύπρου

Κώστας Χατζηγιάννης

**Αν. Καθηγητής Πανεπιστημίου
Κύπρου**

Εποπτεία

Μαρία Ιωάννου-Σεργίου
Επιθεωρήτρια Οικονομικών
Μαθημάτων

Γλωσσική επιμέλεια

Παναγιώτης Πετρίδης
Λειτουργός Υπηρεσίας Ανάπτυξης
Προγραμμάτων

Σχεδιασμός εξωφύλλου

Θεόδωρος Κακουλλής
Λειτουργός Υπηρεσίας Ανάπτυξης
Προγραμμάτων

Επιμέλεια κυπριακής έκδοσης

Μαρίνα Άστρα Ιωάννου
Λειτουργός Υπηρεσίας Ανάπτυξης
Προγραμμάτων

Συντονισμός κυπριακής έκδοσης
Χρίστος Παρπούνας
Συντονιστής Υπηρεσίας Ανάπτυξης
Προγραμμάτων

Επεξεργασία εξωφύλλου για την
ελληνική έκδοση

Ιωάννης Σπίνος
Αποσπασμένος Εκπαιδευτικός (ΙΕΠ)

Επιμέλεια ελληνικής έκδοσης

Ευάγγελος Μαυρικάκης
Σύμβουλος Α΄ ΠΕ80 (ΙΕΠ)
Ηλίας Μπουλτζής
Σύμβουλος Β΄ ΠΕ80 (ΙΕΠ)

Έκδοση (κυπριακή) 2020
© ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ
ΚΥΠΡΟΥ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Έκδοση (ελληνική) 2024
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ,
ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
ΙΤΥΕ ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ

ISBN: 978-960-06-6509-3

Η παρούσα έκδοση βασίζεται στο βιβλίο «Οικονομικά Α' Λυκείου» (2020), που εκδόθηκε από την Υπηρεσία Ανάπτυξης Προγραμμάτων του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου Κύπρου, και έχει προσαρμοστεί για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος. Η προσαρμογή του βιβλίου έγινε με την παραχώρηση σχετικής άδειας από το Υπουργείο Παιδείας, Αθλητισμού και Νεολαίας της Κύπρου. Η επιμέλεια της ελληνικής έκδοσης έγινε αμισθί από στελέχη του Τμήματος Β' Προγραμμάτων Σπουδών και Εκπαιδευτικού Υλικού της Μονάδας Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών.

**Η αξιολόγηση, η κρίση
των προσαρμογών και
η επιστημονική επιμέλεια
του προσαρμοσμένου βιβλίου
πραγματοποιείται από τη Μονάδα
Ειδικής Αγωγής του Ινστιτούτου
Εκπαιδευτικής Πολιτικής.**

**Η προσαρμογή του βιβλίου
για μαθητές με μειωμένη όραση
από το ΙΤΥΕ – ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ
πραγματοποιείται με βάση
τις προδιαγραφές που έχουν
αναπτυχθεί από ειδικούς
εμπειρογνώμονες για το ΙΕΠ.**

**ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ
ΓΙΑ ΜΑΘΗΤΕΣ
ΜΕ ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΟΡΑΣΗ**

ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

– ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση:

- ❖ Να διακρίνετε και να κατανοείτε τους συντελεστές παραγωγής
- ❖ Να γνωρίζετε την έννοια της Εργασίας
- ❖ Να διακρίνετε την εργασία σε πνευματική, σωματική, ειδικευμένη και ανειδίκευτη
- ❖ Να γνωρίζετε την έννοια της παραγωγικότητας της εργασίας
- ❖ Να υπολογίζετε την παραγωγικότητα της εργασίας

- ❖ Να γνωρίζετε και να εξηγείτε τα κυριότερα μέτρα που συντελούν στην επίτευξη της αύξησης της παραγωγικότητας
- ❖ Να εξηγείτε τα οφέλη από την αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας
- ❖ Να ορίζετε την έννοια των Φυσικών Πόρων
- ❖ Να αναφέρετε τις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις του ανθρώπου στο φυσικό περιβάλλον
- ❖ Να ορίζετε την έννοια του συντελεστή «Κεφάλαιο»
- ❖ Να γνωρίζετε τι περιλαμβάνει ο συντελεστής Κεφάλαιο και να κατανοείτε τη σημασία του

- ❖ **Να αντιλαμβάνεστε και να εξηγείτε γιατί το χρηματικό κεφάλαιο δεν αποτελεί συντελεστή παραγωγής**
- ❖ **Να εξηγείτε την έννοια του συντελεστή της Επιχειρηματικότητας**
- ❖ **Να κατανοείτε τον διπλό ρόλο του επιχειρηματία**
- ❖ **Να γνωρίζετε την οικονομική ορολογία και την έννοια των αμοιβών των τεσσάρων συντελεστών παραγωγής.**

FACTORS OF PRODUCTION



Land



Labor



Capital

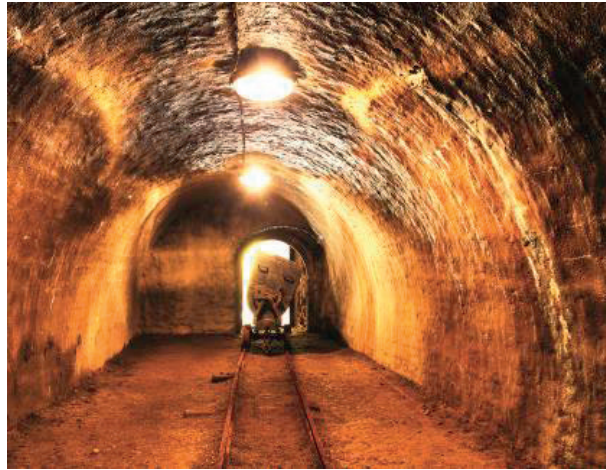


Enterprise

Ανθρώπινο Κεφάλαιο (Human Capital)



Φυσικοί Πόροι (Natural Resources)



Κεφάλαιο (Capital)



3.1 ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (FACTORS OF PRODUCTION)

Για την παραγωγή των αγαθών και υπηρεσιών ο άνθρωπος χρησιμοποιεί υλικά που παίρνει από τη φύση ή χρησιμοποιεί τη φύση ως μέσο για την παραγωγή τους. Χρησιμοποιεί ακόμα διάφορα εργαλεία, μηχανήματα και άλλα τεχνικά μέσα που έχει δημιουργήσει ο ίδιος.

Παραγωγικοί Συντελεστές ή συντελεστές παραγωγής είναι όλοι οι πόροι (φυσικοί, ανθρώπινοι και παραχθέντες) που χρησιμοποιεί ο άνθρωπος και τους συνδυάζει, ώστε να παράγει αγαθά και υπηρεσίες.

Στη σύγχρονη οικονομία οι κατηγορίες των παραγωγικών συντελεστών είναι:

- **Ανθρώπινο Κεφάλαιο (Human Capital)**
- **Φυσικοί Πόροι (Natural Resources)**
- **Κεφάλαιο (Capital)**

Συντελεστές παραγωγής είναι όλοι οι πόροι (φυσικοί, ανθρώπινοι και παραχθέντες) που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

Το ανθρώπινο κεφάλαιο περιλαμβάνει όλες τις μορφές εργασίας, από ανειδίκευτους εργάτες μέχρι επιστήμονες. Στο ανθρώπινο κεφάλαιο περιλαμβάνεται επίσης και η επιχειρηματικότητα.

Οι φυσικοί πόροι είναι όλα τα στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος

που συντελούν στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

Το κεφάλαιο περιλαμβάνει όλους τους παραχθέντες πόρους που θα χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή άλλων αγαθών. Στην περίπτωση αυτή περιλαμβάνεται και η τεχνολογία.

Σύμφωνα όμως με τον κλασικό διαχωρισμό, οι συντελεστές παραγωγής ομαδοποιούνται σε τέσσερις κατηγορίες:

- **Εργασία**
- **Φυσικοί Πόροι**
- **Κεφάλαιο**
- **Επιχειρηματικότητα**

3.2 ΕΡΓΑΣΙΑ (LABOUR)

Εργασία είναι η σωματική και πνευματική προσπάθεια που κάνει ο άνθρωπος για την παραγωγή υλικών αγαθών ή για την παροχή υπηρεσιών.

Εργασία είναι η σωματική και πνευματική προσπάθεια που κάνει ο άνθρωπος για την παραγωγή υλικών αγαθών ή για την παροχή υπηρεσιών.

Οποιαδήποτε προσπάθεια που δεν αποβλέπει στην παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών, αλλά γίνεται για σκοπούς ψυχαγωγίας, για παράδειγμα, ορειβασία, κολύμπι, ερασιτεχνικό ποδόσφαιρο κ.ά., δεν θεωρείται εργασία.



Σε κάθε εργασία συνυπάρχουν η σωματική και η πνευματική προσπάθεια. Όταν υπερέχει το στοιχείο της πνευματικής προσπάθειας, όπως στην εργασία του γιατρού, του αρχιτέκτονα, του δασκάλου κ.λπ., η εργασία χαρακτηρίζεται ως πνευματική.



Αντίθετα, αν υπερέχει το στοιχείο της σωματικής προσπάθειας, όπως στην περίπτωση του γεωργού, του ξυλουργού, του αχθοφόρου κ.λπ., η εργασία χαρακτηρίζεται σωματική ή χειρωνακτική.



Ανάλογα με τα προσόντα και τις εμπειρίες που απαιτούνται για την άσκηση κάποιου επαγγέλματος και τον χρόνο που απαιτείται για την

απόκτησή τους, η εργασία διακρίνεται σε ειδικευμένη και ανειδίκευτη.

Ειδικευμένη είναι η εργασία που η άσκησή της απαιτεί ειδικές γνώσεις και ικανότητες, η απόκτηση των οποίων προϋποθέτει μακρόχρονη εκπαίδευση. Για παράδειγμα γιατρός, αρχιτέκτονας, δικηγόρος, μηχανολόγος κ.λπ.

Ειδικευμένη Εργασία
είναι η εργασία που η άσκησή της απαιτεί ειδικές γνώσεις και ικανότητες.



Ανειδίκευτη είναι η εργασία που δεν απαιτεί ειδικές γνώσεις και ιδιαίτερες ικανότητες, όπως ο νυχτοφύλακας, ο οδοκαθαριστής, ο αχθοφόρος, ο κλητήρας κ.λπ.

Ανειδίκευτη Εργασία είναι η εργασία που δεν απαιτεί ειδικές γνώσεις και ικανότητες.



3.2.1 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (PRODUCTIVITY)

Παραγωγικότητα της εργασίας είναι η ποσότητα του προϊόντος που αναλογεί κατά μέσο όρο σε κάθε εργάτη ή η μέση απόδοση ανά ώρα εργασίας.

Παραγωγικότητα της Εργασίας
είναι η ποσότητα του προϊόντος που αναλογεί κατά μέσο όρο σε κάθε εργάτη, ή η μέση απόδοση ανά ώρα εργασίας.

Η μέτρηση της παραγωγικότητας γίνεται με τους πιο κάτω αριθμοδείκτες:

Παραγωγικότητα Εργασίας =
Ποσότητα προϊόντος
.....
Αριθμό εργατών

ή

$$\text{Παραγωγικότητα Εργασίας} = \frac{\text{Ποσότητα προϊόντος}}{\text{Ώρες εργασίας} \times \text{Αριθμό εργατών (ανθρωποώρες)}}$$

Αύξηση της παραγωγικότητας παρατηρείται, όταν:

- με τον ίδιο αριθμό εργατών ή εργάσιμων ωρών παράγεται μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντος,
- ή
- παράγεται η ίδια ποσότητα προϊόντος με λιγότερους εργάτες ή με λιγότερες ώρες εργασίας.

Η αύξηση της παραγωγικότητας μειώνει το κόστος παραγωγής των

επιχειρήσεων. Ως αποτέλεσμα παρατηρείται αύξηση στα κέρδη των επιχειρήσεων οι οποίες θα μπορούν να προσφέρουν πιο ψηλές αμοιβές στο προσωπικό τους. Επίσης, οι επιχειρήσεις θα μπορούν να προσφέρουν στην κοινωνία περισσότερα και ποιοτικότερα αγαθά αλλά και σε καλύτερες τιμές.

Τα κυριότερα μέτρα που συντελούν στην αύξηση της παραγωγικότητας είναι:

- α) Η καλύτερη οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας, ώστε να αποφεύγεται η σπατάλη εργασιμου χρόνου, και κυρίως ο σωστός καταμερισμός της εργασίας**
- β) Η χρησιμοποίηση σύγχρονης τεχνολογίας**

- γ) Η εκπαίδευση και η επιμόρφωση του προσωπικού**
- δ) Η παροχή αποτελεσματικών κινήτρων στους εργαζομένους, με στόχο την ενίσχυση του ενδιαφέροντος και του ζήλου τους για ποσοτική και ποιοτική βελτίωση της απόδοσής τους. Για παράδειγμα, επιβράβευση των υπαλλήλων, είτε με χρηματικά ποσά, είτε με ταξίδια, με προαγωγές, ή με συμμετοχή στα κέρδη κ.λπ.**
- ε) Η ανάπτυξη αρμονικών σχέσεων μεταξύ προσωπικού και προϊσταμένων**
- ζ) Η φροντίδα για δημιουργία ευχάριστων, άνετων και υγιεινών συνθηκών εργασίας (καθαριότητα, κλιματισμός, ασφάλεια, φωτισμός κ.τ.λ.).**

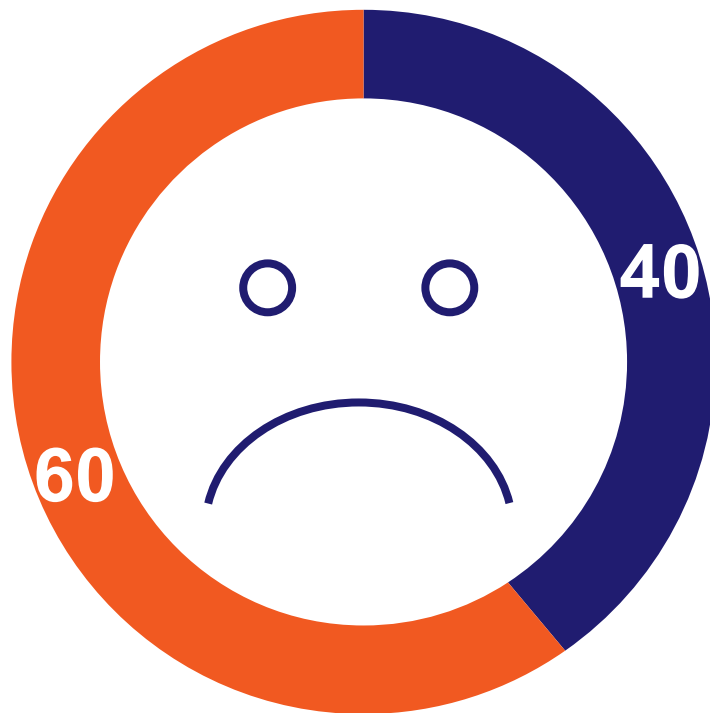
HAPPY EMPLOYEES



3.3 ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ (NATURAL RESOURCES)

Φυσικοί Πόροι είναι τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, τα οποία παρέχονται από τη φύση, όπως η γη, τα ποτάμια, τα αποθέματα ορυκτών κ.λπ.

UNHAPPY EMPLOYEES



● Productive ● Unproductive

Φυσικοί Πόροι

είναι τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, τα οποία παρέχονται από τη φύση.

Οι φυσικοί πόροι διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: Σε ανανεώσιμους και μη ανανεώσιμους. Το δάσος είναι ένα παράδειγμα ανανεώσιμου φυσικού πόρου. Όταν κόβεται ένα δέντρο, μπορεί να φυτευτεί άλλο στη θέση του.

Το πετρέλαιο, που είναι ένας από τους μη ανανεώσιμους πόρους, παράγεται από τη φύση έπειτα από παρέλευση πολλών χιλιάδων χρόνων και υπάρχει σε περιορισμένη ποσότητα. Όταν εξαντληθεί θα περάσουν πολλές χιλιάδες χρόνια για να δημιουργηθεί ξανά.

Οι φυσικοί πόροι, σε μερικές οικονομίες είναι πολύ σημαντικός συντελεστής παραγωγής, ενώ σε κάποιες άλλες ένας άλλος συντελεστής πιθανόν να είναι σημαντικότε-

ρος. Για παράδειγμα, η οικονομία της Σαουδικής Αραβίας βασίζεται κυρίως στο πετρέλαιο, ενώ αντίθετα, η Ιαπωνία, επίσης μια από τις πλουσιότερες χώρες του κόσμου, διαθέτει ελάχιστους φυσικούς πόρους.

Factors of Production



forest



land



minerals



water



sunlight



air

3.3.1 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ ΣΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το φυσικό περιβάλλον είναι ο χώρος μέσα στον οποίο ζει ο άνθρωπος. Είναι ακόμα η πηγή από την οποία προμηθεύεται τα υλικά που χρειάζεται. Χρησιμοποιώντας το φυσικό περιβάλλον ως συντελεστή παραγωγής, ο άνθρωπος παρεμβαίνει και επιδρά σε αυτό, τότε θετικά και τότε αρνητικά. Οι δενδροφυτεύσεις, η αποξήρανση ελών, η μετατροπή άγονης γης σε καλλιεργήσιμο έδαφος είναι μερικά παραδείγματα θετικής επίδρασης του ανθρώπου στο περιβάλλον. Αντίθετα, η ρύπανση του περιβάλλοντος, οι δασικές πυρκαγιές, τα καυσαέρια, θεωρούνται αρνητικές συνέπειες του ανθρώπου στο περιβάλλον και βλάπτουν τη βιοποικιλότητα.

Στα πρώτα χρόνια της βιομηχανικής επανάστασης ήταν αδύνατο να προβλεφθεί τι θα προκαλούσαν οι ενέργειες του ανθρώπου στο περιβάλλον. Όταν παρουσιάστηκαν οι πρώτες αρνητικές συνέπειες, τα κράτη αναγκάστηκαν να θεσπίσουν νομοθεσίες για την προστασία του. Για παράδειγμα, τα εργοστάσια που χρησιμοποιούν χημικές ουσίες αναγκάζονται να τοποθετούν τα απόβλητα σε ειδικούς χώρους για να μην μολύνουν το περιβάλλον.

Στόχος του ανθρώπου θα πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση της παραγωγής αλλά και η ελαχιστοποίηση της αρνητικής επίδρασης στο περιβάλλον.

3.4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ (CAPITAL)

Κεφάλαιο είναι τα αγαθά που παράγει ο άνθρωπος και τα οποία χρησιμοποιεί για την παραγωγή άλλων αγαθών και παροχή υπηρεσιών.

Στον συντελεστή παραγωγής Κεφάλαιο, περιλαμβάνονται όλοι οι παραχθέντες πόροι (παραγωγικά αγαθά) όπως τα μηχανήματα, οι δρόμοι, τα εργοστάσια, τα σχολεία, τα γραφεία, τα κτίρια κ.ά.

Κεφάλαιο

είναι τα αγαθά που παράγει ο άνθρωπος και τα οποία χρησιμοποιεί για την παραγωγή άλλων αγαθών και παροχή υπηρεσιών.

Όταν ο άνθρωπος ποτίζει τα σιτηρά του από το ποτάμι, το ποτάμι αποτελεί μέρος του συντελεστή

παραγωγής φυσικοί πόροι, γιατί ο άνθρωπος δεν κατασκεύασε το ποτάμι. Αν όμως ο άνθρωπος κατασκευάσει φράγμα στο οποίο να συγκεντρώνεται το νερό και με αυτό να ποτίζει τα σιτηρά του, τότε το φράγμα είναι κεφαλαιουχικό (παραγωγικό) αγαθό, δηλαδή αποτελεί συντελεστή παραγωγής Κεφάλαιο. Οι όροι κεφαλαιουχικά και παραγωγικά αγαθά είναι ταυτόσημοι.

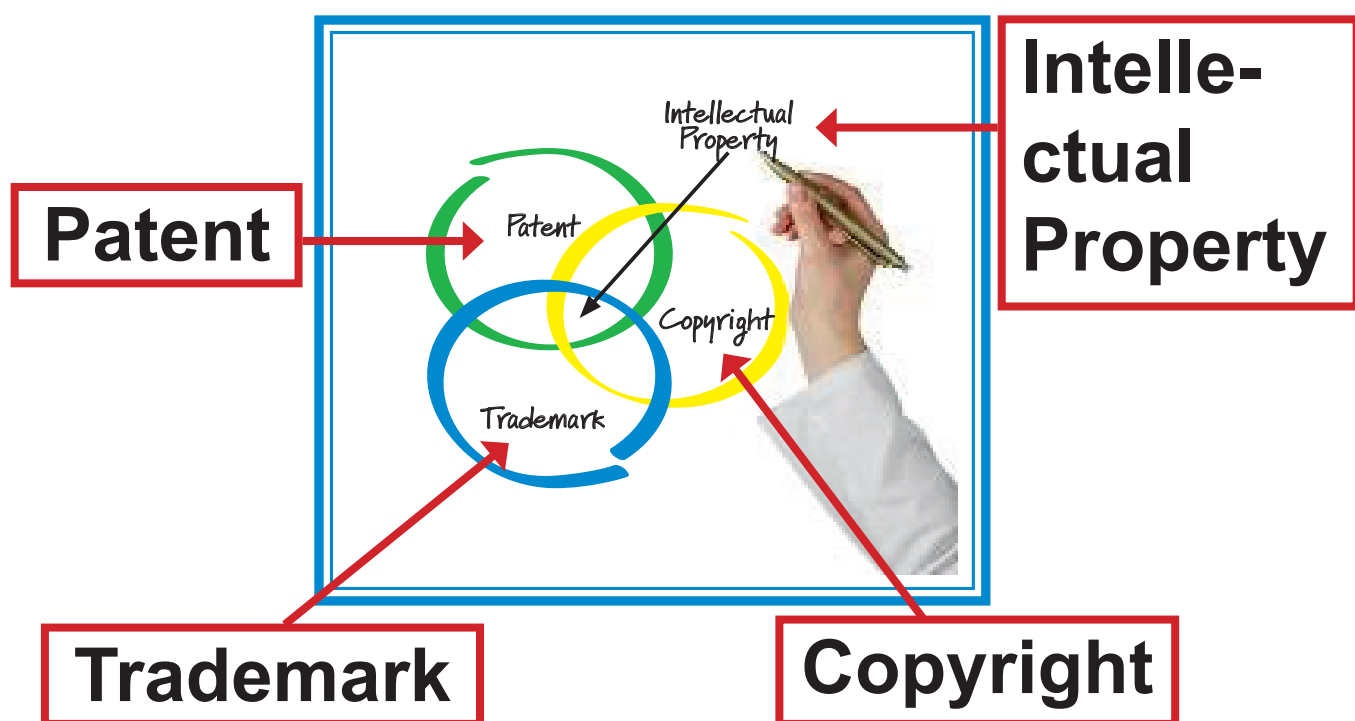


Ο άνθρωπος παράγει κεφάλαιο για να αυξήσει την παραγωγικότητά του. Για παράδειγμα, η θεριστική μηχανή μπορεί να θερίσει σε μικρό χρονικό διάστημα μια έκταση με σιτηρά για την οποία προηγουμένως χρειάζονταν πολλοί εργάτες για αρκετές μέρες για να τη θερίσουν.

Το Κεφάλαιο, σαν συντελεστής παραγωγής, είναι σημαντικό για μια χώρα, γιατί αυξάνει την παραγωγικότητα, η οποία, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, επηρεάζει θετικά την οικονομία μιας χώρας.

Σημαντικό: το χρηματικό κεφάλαιο δεν είναι συντελεστής παραγωγής. Αποτελεί απλά το μέσο με το οποίο θα αποκτηθούν οι συντελεστές παραγωγής οι οποίοι θα συμβάλουν στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

Στο συντελεστή παραγωγής Κεφάλαιο, περιλαμβάνεται και η τεχνολογία, δηλαδή οι επιστημονικές γνώσεις, οι έρευνες και οι εμπειρίες που εφαρμόζονται στην παραγωγή. Οι οικονομικά προηγμένες χώρες διαθέτουν τεχνογνωσία (know-how), δηλαδή, γνώση και ικανότητα χρήσης της τεχνολογίας. Αυτό δημιουργεί πλεονέκτημα, άρα και προβάδισμα στις χώρες αυτές, οι οποίες τη χρησιμοποιούν και τη διαθέτουν στις άλλες χώρες.





**Patent
Intellectual
Rights
Product
Law
COPYRIGHT
Idea
Ownership
Protection
Global
Licensing
Copy**

3.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (ENTREPRENEURSHIP)

Επιχειρηματίας είναι το άτομο που οργανώνει τους συντελεστές παραγωγής για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, και αναλαμβάνει τους οικονομικούς κινδύνους που

συνδέονται με τη λειτουργία της επιχείρησης.

Ο ρόλος του επιχειρηματία είναι διπλός:

α) Αναλαμβάνει την πρωτοβουλία να ιδρύσει μια επιχείρηση. Για τον σκοπό αυτό πρέπει να επιλέξει τον κατάλληλο χώρο, να βρει το κατάλληλο προσωπικό και να εξασφαλίσει την αναγκαία χρηματοδότηση. Με άλλα λόγια, να συγκεντρώσει τους συντελεστές της παραγωγής, να τους οργανώσει και να τους διευθύνει για την παραγωγή αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών.

β) Αναλαμβάνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο, δηλαδή είναι εκείνος που θα υποστεί τη

ζημιά, αν για οποιονδήποτε λόγο, είτε από δική του υπαιτιότητα είτε από άλλη αιτία, η επιχείρησή του αποτύχει.

Επιχειρηματίας
είναι το άτομο που οργανώνει τους συντελεστές παραγωγής για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών και αναλαμβάνει τους οικονομικούς κινδύνους που συνδέονται με τη λειτουργία της επιχείρησης.

3.6 ΑΜΟΙΒΕΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στις προηγούμενες ενότητες είδαμε ότι για την παραγωγή των αγαθών και υπηρεσιών που χρειάζεται ο άνθρωπος για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του, χρησιμοποιούνται οι

συντελεστές της παραγωγής, Εργασία, Φυσικοί Πόροι, Κεφάλαιο και Επιχειρηματικότητα.

Οι ιδιοκτήτες των συντελεστών αυτών δέχονται να τους διαθέσουν στην παραγωγική διαδικασία, νοούμενου ότι θα πάρουν κάποια ικανοποιητική αμοιβή.

Η αμοιβή που παίρνει ο κάτοχος κάθε συντελεστή είναι το μερίδιο που του αναλογεί από την αξία του προϊόντος που παράγεται.

Factor Income

Land Gives Us



Rent

Labor Gives Us



Wages

Capital Gives Us



Interest

Enterprise Gives Us

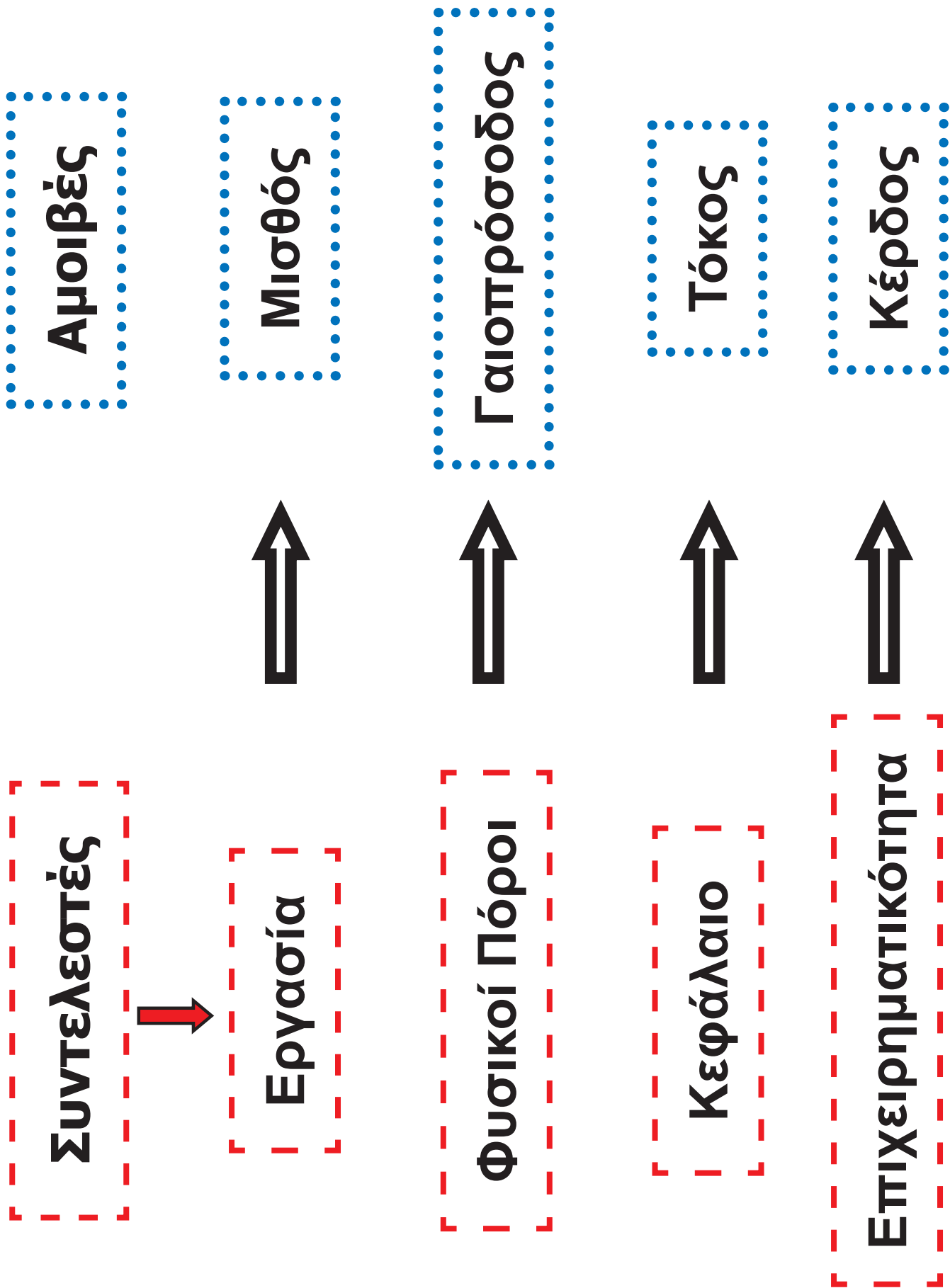


Profit

FACTOR INCOME

FACTOR INCOME

Στην οικονομική ορολογία, οι αμοιβές των συντελεστών είναι οι εξής:



3.6.1 Μισθός

Μισθός είναι η αμοιβή που παίρνει κάθε άτομο που συμμετέχει με την εργασία του στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Στην πράξη, η αμοιβή μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, για παράδειγμα, μισθός, ημερομίσθιο, προμήθεια κ.τ.λ.

Όταν κάποιος προσφέρει την εργασία του ως υπάλληλος ή εργάτης, παίρνει μισθό από τον εργοδότη του.

Όταν όμως εργάζεται σε δική του επιχείρηση, όπως ένας γεωργός, ένας βιοτέχνης, ένας γιατρός (αυτοεργοδοτούμενοι), δεν παίρνει μισθό με τη συνηθισμένη έννοια. Ένα μέρος από το συνολικό του εισόδημα θεωρείται ότι είναι ο μισθός του, η αμοιβή δηλαδή για την εργασία του.

Μισθός

είναι η αμοιβή της εργασίας.

3.6.2 Γαιοπρόσοδος

Γαιοπρόσοδος ονομάζεται η αμοιβή που παίρνει ο ιδιοκτήτης του εδάφους, όταν το διαθέτει για να χρησιμοποιηθεί στην παραγωγή. Όταν ο ιδιοκτήτης του εδάφους το παραχωρεί σε κάποιον άλλο, παίρνει ενοίκιο.

Όταν ο γεωργός καλλιεργεί το δικό του χωράφι, δεν παίρνει φυσικά ενοίκιο. Ένα μέρος από το συνολικό του εισόδημα θεωρείται ότι είναι η αμοιβή από τη χρησιμοποίηση.

Γαιοπρόσοδος

είναι η αμοιβή που παίρνει ο ιδιοκτήτης του εδάφους, όταν το

διαθέτει για να χρησιμοποιηθεί στην παραγωγή.

3.6.3 Τόκος

Τόκος είναι η αμοιβή που παίρνει ο κάτοχος του κεφαλαίου, όταν το διαθέτει για να χρησιμοποιηθεί στην παραγωγή αγαθών. Στην πράξη, τόκος είναι η αμοιβή που παίρνει εκείνος που δανείζει κάποια χρήματα ή η αποζημίωση που πληρώνει όταν κάποιος δανείζεται χρήματα.

Για την απόκτηση όμως του συντελεστή παραγωγής Κεφάλαιο (πραγματικό κεφάλαιο) είναι απαραίτητο να διατεθεί ένα χρηματικό ποσό (χρηματικό κεφάλαιο), γι' αυτό στην οικονομική ορολογία ονομάζεται τόκος η αμοιβή του συντελεστή Κεφάλαιο.

Όταν κάποιος δανείζεται για την επιχείρησή του, πληρώνει τόκο. Στην περίπτωση αυτή ο τόκος είναι εμφανής. Όταν όμως χρησιμοποιεί δικά του κεφάλαια, παρόλο που δεν φαίνεται να παίρνει τόκο, εντούτοις, ένα μέρος από το εισόδημά του θεωρείται ως αμοιβή για το κεφάλαιο που έχει διαθέσει.

Τόκος

είναι η αμοιβή που παίρνει ο κάτοχος του κεφαλαίου, όταν το διαθέτει για να χρησιμοποιηθεί στην παραγωγή αγαθών.

3.6.4 Κέρδος

Κέρδος είναι η αμοιβή του επιχειρηματία, όχι για τη συνηθισμένη εργασία που μπορεί να προσφέρει στην

επιχείρησή του, αλλά για την επιχειρηματική του ικανότητα, τις πρωτοβουλίες και τους κινδύνους που αναλαμβάνει. Το κέρδος είναι το κίνητρο που ωθεί τον επιχειρηματία στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Σε περίπτωση αποτυχίας θα επωμισθεί τη ζημιά.

Κέρδος

είναι η αμοιβή του επιχειρηματία για την επιχειρηματική του ικανότητα, τις πρωτοβουλίες και τους κινδύνους που αναλαμβάνει.



ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ – ΑΣΚΗΣΕΙΣ

1. Να ορίσετε την έννοια «Συντελεστές Παραγωγής».

.....

.....

.....

.....

.....

2. Να δώσετε τον ορισμό της εργασίας.

.....

.....

.....

.....

.....

3. Να εξηγήσετε, πότε η εργασία θεωρείται:

α) Σωματική ή πνευματική

β) Ειδικευμένη ή ανειδίκευτη

4. Να γράψετε 3 παραδείγματα για την κάθε περίπτωση:

Ειδικευμένη εργασία:

.....

.....

.....

Ανειδίκευτη εργασία:

.....

.....

.....

**5. Να υπογραμμίσετε το σωστό:
Εργασία είναι:**

**α) κάθε προσπάθεια που κάνει ο
άνθρωπος**

**β) κάθε παραγωγική προσπά-
θεια**

γ) κάθε σωματική προσπάθεια.

**6. Τι ονομάζεται «Παραγωγικότητα
της εργασίας»;**

.....

.....

.....

.....

.....

7. Με βάση τα πιο κάτω στοιχεία, να υπολογίσετε την παραγωγικότητα της εργασίας.

Μήνας	Αρ. Εργατών
Ιανουάριος	50
Φεβρουάριος	60
Μάρτιος	40
Απρίλιος	50

	Μονάδες Προϊόντος	Παραγωγικότητα
	600	
	660	
	520	
	650	

8. Με βάση τα πιο κάτω στοιχεία να υπολογίσετε την παραγωγικότητα της εργασίας ανά ώρα.

	Αριθμός εργατών	Ώρες εργασίας	
Δευτέρα	20	10	
Τρίτη	15	8	
Τετάρτη	20	12	
Πέμπτη	18	10	
Παρασκευή	22	6	

.....

.....

.....

.....

Μονάδες Προϊόντος	Παραγωγικότητα
500	
400	
600	
650	
300	

9. Να γράψετε ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ:

Η αύξηση της παραγωγικότητας μπορεί να επιτευχθεί:

- α) με την καλύτερη οργάνωση της παραγωγής
- β) με τη μείωση των ημερομισθίων
- γ) με τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας
- δ) με την αύξηση του προσωπικού
- ε) με την εκπαίδευση του προσωπικού
- ζ) με τη χρησιμοποίηση σύγχρονης τεχνολογίας
- η) με την απόλυση πλεονάζοντος προσωπικού.

**10. Τι περιλαμβάνει ο συντελεστής
«Φυσικοί Πόροι»;**

.....

.....

.....

.....

**11. Να γράψετε τέσσερις τρόπους
βελτίωσης του φυσικού περιβά-
λλοντος.**

.....

.....

.....

.....

**12. Να γράψετε τέσσερις (4) λόγους
με τους οποίους ο άνθρωπος
προκαλεί καταστροφή στο φυσι-
κό περιβάλλον.**

.....

.....

.....

.....

**13. Τι περιλαμβάνει ο συντελεστής
Κεφάλαιο;**

.....

.....

.....

.....

**14. Να εξηγήσετε γιατί τα χρήματα
δεν αποτελούν συντελεστή πα-
ραγωγής.**

.....

.....

.....

.....

15. Ποιος είναι ο ρόλος του επιχειρηματία στην Παραγωγή;

.....

.....

.....

.....

16. Ποιος από τους πιο κάτω είναι επιχειρηματίας;

α) Διευθυντής υποκαταστήματος τράπεζας

β) Πρόεδρος αθλητικού σωματείου

γ) Περιοδεύων πωλητής (πλασινέ)

δ) Ιδιοκτήτης υπεραγοράς (Σούπερ Μάρκετ)

ε) Διευθυντής Ημικρατικού Οργανισμού.

17. Να κατατάξετε τα ακόλουθα σε 4 στήλες, ανάλογα με τον συντελεστή παραγωγής στον οποίο ανήκουν:

Χωράφια, εκσκαφέας, εφοπλιστής, γιατρός, οινοβιομήχανος, ηλεκτρογεννήτρια, οικόπεδα, λίμνες, θεριστική μηχανή, γεωργός, έμπορος, κτίστης, αλευρό-

Εργασία	Φυσικοί Πόροι	

μυλος, ποταμοί, ράπτης, επι-
πλοποιός, δάση, βροχόπτωση,
πλοίαρχος, δεξαμενόπλοιο,
εργολάβος, θάλασσα, ορυκτά,
μεταλλωρύχος, λεωφορείο,
ιχθυοτροφείο, υδατοδεξαμενή,
λογιστής, ξενοδόχος, ιδιοκτήτης
υπεραγοράς (Σούπερ Μάρκετ),
εφοπλιστής

Κεφάλαιο	Επιχειρηματικότητα

Εργασία	Φυσικοί Πόροι	

Κεφάλαιο	Επιχειρηματικότητα

18. Να συμπληρώσετε τα κενά:

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΑΜΟΙΒΕΣ
Εργασία	
Φυσικοί Πόροι	
Κεφάλαιο	
Επιχειρηματικότητα	

**19. α) Να αναφέρετε τους συντε-
λεστές παραγωγής που χρη-
σιμοποιούνται στην εκπαίδευ-
ση.**

**β) Να εξηγήσετε σε συντομία
τρεις τρόπους με τους οποί-
ους μπορεί να αυξηθεί η πα-
ραγωγικότητα στην εκπαίδευ-
ση.**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ΣΤΑΥΡΟΛΕΞΟ

	1	2	3	4	5	6	7
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							



Οριζόντια

- 1. Η εργασία του κτίστη (12)**
- 2. Το νερό της πηγής είναι
Αγαθό (8)**
- 3. Είναι και αυτό βασικό πρόβλημα
(10)**
- 4. Είναι φυσικές (7)**
- 5. Συντελεστής παραγωγής (8)**
- 6. Η αμοιβή του κεφαλαίου (5)**
- 7. Οι οικονομολόγοι προσπαθούν
να πετύχουν το μέγιστο με την
ελάχιστη (5)**
- 8. Σωματική ή πνευματική προ-
σπάθεια (7)**
- 9. Είναι και αυτά αγαθά (4)**
- 11. Το αντίθετο των ελεύθερων αγα-
θών (10)**
- 13. Η εργασία του καθηγητή (10)**
- 15. Κατηγορία αγαθών (5)**

16. Δεν είναι ενδιάμεσα αγαθά (6)
17. Το αντίθετο των καταναλωτικών αγαθών (10)

Κάθετα

1. Οι ανάγκες επιβίωσης (7)
- 2α. Είναι και το ψωμί (5)
- 2β. Αμοιβή της εργασίας (6)
4. Κλάδος της δευτερογενούς παραγωγής (10)
6. Στόχος κάθε επιχειρηματία (6)
12. Η εργασία του οδοκαθαριστή (8)
14. Είναι και αυτή δραστηριότητα (10)
15. Χαρακτηρισμός πρωτογενούς παραγωγής (10)
16. Δημιουργείται από τον επιχειρηματία (10)



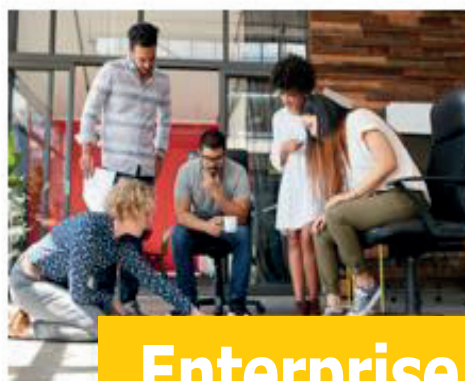
Land



Labour



Capital



Enterprise

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

– ΑΓΟΡΑ – ΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΙΜΩΝ

Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να είστε σε θέση:

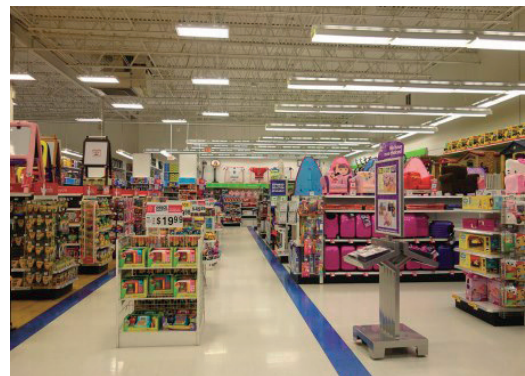
- ❖ Να εξηγείτε τον τοπικό χαρακτήρα της αγοράς στα παλιά χρόνια και τη διεθνοποίηση της αγοράς με την εξέλιξη της τεχνολογίας
- ❖ Να γνωρίζετε την έννοια και τα χαρακτηριστικά του Τέλειου Ανταγωνισμού, του Μονοπωλίου, του Μονοπωλιακού Ανταγωνισμού και του Ολιγοπωλίου
- ❖ Να κατανοείτε ότι οι καταναλωτές διαμορφώνουν τη

ζήτηση και οι παραγωγοί την προσφορά των αγαθών και υπηρεσιών

- ❖ **Να κατανοείτε ότι οι τιμές των αγαθών και υπηρεσιών διαμορφώνονται στην αγορά από την προσφορά και τη ζήτηση**
- ❖ **Να ορίζετε την έννοια της ζητούμενης ποσότητας και της Ζήτησης**
- ❖ **Να διατυπώνετε και να κατανοείτε τον νόμο της Ζήτησης**
- ❖ **Να γνωρίζετε τους άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης**
- ❖ **Να σχηματίζετε την καμπύλη ζήτησης και να δικαιολογείτε την κλίση της**

- ❖ Να ορίζετε την έννοια της προσφερόμενης ποσότητας και της Προσφοράς
- ❖ Να διατυπώνετε και να κατανοείτε τον νόμο της Προσφοράς
- ❖ Να γνωρίζετε τους άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες της προσφοράς
- ❖ Να σχηματίζετε την καμπύλη προσφοράς και να δικαιολογείτε την κλίση της
- ❖ Να ορίζετε την έννοια της Τιμής Ισορροπίας
- ❖ Να εξηγείτε τον τρόπο διαμόρφωσης της τιμής ισορροπίας, κατασκευάζοντας τη σχετική γραφική παράσταση

❖ Να περιγράψετε τον τρόπο με τον οποίο αποκαθίσταται η ισορροπία όταν δημιουργείται πλεόνασμα ή έλλειμμα.



4.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όλα τα αγαθά και οι υπηρεσίες που χρειάζεται ο άνθρωπος για την ικανοποίηση των αναγκών του, μπορεί να τα αποκτήσει μέσω της αγοράς. Στο παρελθόν, με τον όρο αγορά (market), εννοούσαμε συνήθως τον τόπο συνάντησης των αγοραστών και των πωλητών. Για να πραγματοποιηθεί μια αγοραπωλησία ήταν απαραίτητη η φυσική παρουσία τόσο του αγοραστή όσο και του πωλητή, σε κάποιο συγκεκριμένο χώρο.

Αγορά

Είναι ο μηχανισμός επικοινωνίας αγοραστών και πωλητών για ανταλλαγή πληροφοριών και πραγματοποίηση συναλλαγών.

Στη σύγχρονη οικονομία όμως, η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και ιδίως η ανάπτυξη στα μέσα μεταφοράς και επικοινωνίας έχει αλλάξει την έννοια και τον ρόλο της αγοράς. Η συνάντηση αγοραστών και πωλητών δεν είναι απαραίτητη, γιατί η συνεννόηση μπορεί να γίνει και από απόσταση και ταχύτατα, όπως για παράδειγμα μέσω τηλεφώνου ή διαδικτύου.

Η καθιέρωση του χρήματος επίσης, ως μέσο στην ανταλλαγή των αγαθών, και η μετάβαση από τη φυσική ανταλλαγή (δηλαδή ανταλλαγή ενός προϊόντος με άλλο) στην αγοραπωλησία, συνέβαλε σημαντικά στην ανάπτυξη της αγοράς.



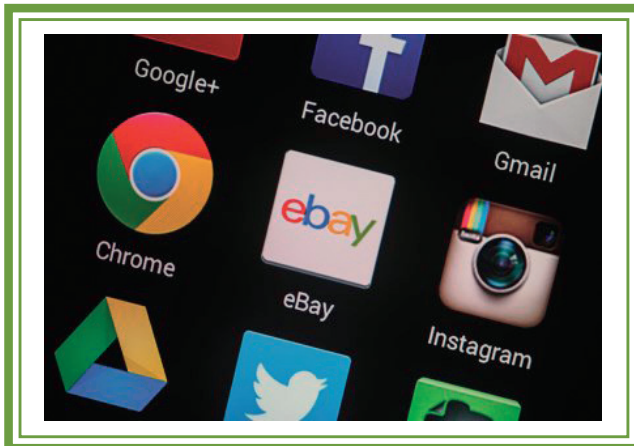
Στη σύγχρονη οικονομία, χρησιμοποιείται συχνά η ηλεκτρονική αγορά, όπως, ebay, uber taxi, Airbnb κ.ά.

Το Ebay, είναι η μεγαλύτερη ιστοσελίδα δημοπρασιών στον κόσμο. Περιλαμβάνει τεράστια ποικιλία προϊόντων από όλο τον κόσμο, είναι διαθέσιμη σε πολλές γλώσσες και εξυπηρετεί αγοραστικό κοινό από πολλές χώρες.

Η Uber Taxi, είναι υπηρεσία η οποία συνδέει τους επιβάτες με αδειοδοτημένα ταξί. Η εφαρμογή

της Uber είναι διαθέσιμη για όλα τα smartphones. Ο πελάτης αναζητεί διαθέσιμο οδηγό, ο οποίος αν βρίσκεται στο πλησιέστερο σημείο παραλαβής ειδοποιείται αυτόματα και έχει στη διάθεσή του 15 δευτερόλεπτα για να αποδεχθεί το αίτημα.

Το Airbnb είναι η μεγαλύτερη πλατφόρμα αναζήτησης (website) σε ολόκληρο το διαδίκτυο για να ενοικιάσει κάποιος τον χώρο του (από δωμάτιο, σπίτι, κτίριο, μέχρι κάστρο) για λίγες ημέρες και αντίστοιχα για να βρει κάποιος ένα μέρος να μείνει σε ολόκληρο τον κόσμο. Υπάρχουν κι άλλες παρόμοιες «πλατφόρμες αναζήτησης» αλλά το Airbnb κατέχει πάνω από το 90% της παγκόσμιας αγοράς.



Επομένως, η έννοια της αγοράς δεν περιορίζεται πια στα όρια κάποιου χώρου. Περιλαμβάνει το σύνολο των πωλητών και των αγοραστών και τον μηχανισμό μέσω του οποίου ενημερώνονται, επικοινωνούν και συνάπτουν αγοραπωλησίες. Με αυτή την έννοια, μπορούμε να μιλούμε για την τοπική αγορά μιας

πόλης, την εσωτερική αγορά μιας χώρας, την ευρωπαϊκή αγορά, τη διεθνή αγορά κ.τ.λ.

Στην αγορά συναντώνται, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, δύο ομάδες, οι πωλητές και οι αγοραστές. Οι αγοραστές διαμορφώνουν τη Ζήτηση και οι πωλητές την Προσφορά των αγαθών και υπηρεσιών. Από τη σχέση που υπάρχει μεταξύ προσφοράς και ζήτησης διαμορφώνεται στην αγορά η τιμή κάθε αγαθού.

4.2 ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΟΡΑΣ

Με την έννοια «μορφές αγοράς», εννοούμε τις συνθήκες που υπάρχουν στην αγορά σχετικά με την προσφορά και τη ζήτηση ενός συγκεκριμένου αγαθού και ιδίως τον βαθμό ανταγωνισμού που υπάρχει μέσα σε κάθε συγκεκριμένο κλάδο.

Τα κριτήρια που μπορούν να προσδιορίσουν τη δομή της αγοράς καθορίζοντας ταυτόχρονα και τον βαθμό ανταγωνισμού είναι:

- **Ο αριθμός επιχειρήσεων**
- **Ο βαθμός ομοιογένειας ή διαφοροποίησης του προϊόντος**
- **Η ελευθερία εισόδου και εξόδου στον κλάδο.**

Οι κυριότερες μορφές αγοράς, τις οποίες θα εξετάσουμε στη συνέχεια, είναι ο Τέλειος Ανταγωνισμός, το Μονοπώλιο, το Ολιγοπώλιο και ο Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός.

Οι κυριότερες μορφές αγοράς είναι:

- ❖ **Τέλειος Ανταγωνισμός**
- ❖ **Μονοπώλιο**
- ❖ **Ολιγοπώλιο**
- ❖ **Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός**

α) Τέλειος Ανταγωνισμός

Τέλειος Ανταγωνισμός υπάρχει όταν πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων παράγει και πουλά στην αγορά ομοιογενές προϊόν. Με άλλα λόγια, τα προϊόντα όλων των επιχειρήσεων είναι ακριβώς τα ίδια μεταξύ τους ως προς την ποιότητα και την εμφάνιση.

Τέλειος Ανταγωνισμός είναι μια αγορά με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων (πωλητών)
- Ομοιογενή προϊόντα
- Ενιαία τιμή πώλησης
- Μεγάλος ανταγωνισμός
- Τα κέρδη είναι μηδαμινά
- Σπάνιο φαινόμενο

- Διαφήμιση περιττή
- Ελεύθερη είσοδος και έξοδος στον κλάδο.

Κύρια χαρακτηριστικά:

- ❖ Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων
- ❖ Τα προϊόντα όλων των επιχειρήσεων του κλάδου είναι ακριβώς τα ίδια μεταξύ τους ως προς την ποιότητα και την εμφάνιση (ομοιογενή). Ο καταναλωτής δεν παρατηρεί καμιά διαφορά μεταξύ των προϊόντων
- ❖ Ο αριθμός των πωλητών είναι τόσο μεγάλος, που η ποσότητα που διαθέτει κάθε ξεχωριστός πωλητής αντιπροσωπεύει ένα πολύ μικρό ποσοστό στο σύνολο της παραγωγής του κλάδου

- ❖ Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό είναι ότι κανένας πωλητής δεν μπορεί να καθορίζει ο ίδιος την τιμή του αγαθού. Αντίθετα, όλοι οι πωλητές είναι αναγκασμένοι να πουλούν τα προϊόντα τους στην ίδια τιμή, (ενιαία τιμή πώλησης). Η τιμή αυτή διαμορφώνεται στην αγορά με βάση τη συνολική προσφορά και τη συνολική ζήτηση του προϊόντος του κλάδου. Αν ένας πωλητής αυξήσει την τιμή του, κανένας δεν θα αγοράζει από αυτόν, αφού στην ίδια αγορά χιλιάδες άλλοι πουλούν φθηνότερα το ίδιο ακριβώς προϊόν.
- ❖ Δημιουργείται μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων επειδή υπάρχει μεγάλος αριθμός που πουλούν το ίδιο ακριβώς προϊόν και στην ίδια τιμή. Έτσι η

τιμή του προϊόντος μειώνεται σε σημείο που προσεγγίζει το κόστος παραγωγής. Επομένως σε συνθήκες τέλειου ανταγωνισμού τα κέρδη των επιχειρήσεων περιορίζονται στο ελάχιστο. Από την άποψη αυτή, ο τέλειος ανταγωνισμός είναι η πιο ιδανική μορφή αγοράς για τους αγοραστές

- ❖ Στην πράξη ο τέλειος ανταγωνισμός είναι σπάνιο φαινόμενο. Συνθήκες που πλησιάζουν τον τέλειο ανταγωνισμό, συναντούμε κυρίως σε διάφορα γεωργικά προϊόντα, όπως το κριθάρι, το σιτάρι, όπου δεν είναι εύκολη η διαφοροποίηση του προϊόντος ή άλλα προϊόντα όπως το πετρέλαιο και το χρυσάφι
- ❖ Στον τέλειο ανταγωνισμό η διαφήμιση είναι περιττή, εξαιτίας

της πλήρους ομοιογένειας του προϊόντος, αλλά και του μικρού μεριδίου αγοράς (market power)

- ❖ **Ελεύθερη είσοδος και έξοδος στον κλάδο. Επομένως, δεν υπάρχει νομικό, οικονομικό ή άλλο εμπόδιο για τις επιχειρήσεις, που θέλουν να εισέλθουν στην αγορά ή να εξέλθουν από αυτήν.**

β) Μονοπώλιο

Μονοπώλιο ονομάζεται η κατάσταση στην αγορά, κατά την οποία ένα αγαθό ή μια υπηρεσία προσφέρεται μόνο από μια επιχείρηση.

Μονοπώλιο

ονομάζεται η κατάσταση στην αγορά, κατά την οποία ένα αγαθό ή μια υπηρεσία προσφέρεται μόνο από μια επιχείρηση.

Κύρια χαρακτηριστικά:

- ❖ **Μια μοναδική επιχείρηση χωρίς ανταγωνιστές**
- ❖ **Παράγει και πουλά στην αγορά ένα προϊόν που δεν έχει στενά υποκατάστατα (δηλαδή παραπλήσια προϊόντα που να μπορούν να το ανταγωνιστούν)**
- ❖ **Η έλλειψη ανταγωνισμού επιτρέπει στη μονοπωλιακή επιχείρηση να καθορίζει μόνη της την τιμή πώλησης του προϊόντος της, λαμβάνοντας βέβαια υπόψη και την ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι καταναλωτές, με στόχο τη μεγιστοποίηση των κερδών της. Στο μονοπώλιο η τιμή πώλησης είναι συνήθως πολύ ψηλότερη από το κόστος παραγωγής του**

προϊόντος. Όταν μάλιστα το προϊόν είναι είδος πρώτης ανάγκης, ο μονοπωλητής έχει τη δυνατότητα να αυξάνει την τιμή του χωρίς να μειώνονται σημαντικά οι πωλήσεις του

- ❖ Η διαφήμιση στο μονοπώλιο μπορεί να γίνεται για σκοπούς ενημέρωσης του κοινού, να είναι δηλαδή πληροφοριακή διαφήμιση**
- ❖ Το μονοπώλιο αποτελεί την άλλη ακραία μορφή αγοράς, που είναι και η πιο ασύμφορη για τον καταναλωτή, σε αντίθεση με τον τέλειο ανταγωνισμό**
- ❖ Νέες επιχειρήσεις που θέλουν να εισέλθουν στον κλάδο εμποδίζονται από φυσικά, νομικά ή οικονομικά εμπόδια.**

Χαρακτηριστικά:

- Μια επιχείρηση
- Δεν υπάρχουν υποκατάστατα προϊόντα
- Έλλειψη ανταγωνισμού
- Η επιχείρηση καθορίζει την τιμή και την ποσότητα
- Ενημερωτική διαφήμιση
- Αδυναμία εισόδου στον κλάδο.

Τα σύγχρονα κράτη συνήθως λαμβάνουν μέτρα για παρεμπόδιση της δημιουργίας ιδιωτικών μονοπωλίων, γι' αυτό δεν υπάρχουν πολλές ιδιωτικές μονοπωλιακές επιχειρήσεις. Πιο διαδεδομένα είναι τα κρατικά μονοπώλια, που συνήθως είναι οργανισμοί κοινής ωφέλειας. Τα κρατικά μονοπώλια δεν στοχεύουν στην επίτευξη κέρδους, αλλά στην καλύτερη εξυπηρέτηση

των πολιτών. Κρατικά μονοπώλια δύσκολα βρίσκουμε στην Ελλάδα στην ακραία τους μορφή. Υπάρχουν όμως παραδείγματα που προσεγγίζουν το μονοπώλιο, όπως η ΕΥΔΑΠ.

Υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που είναι κυρίαρχες στην αγορά και μπορούν να διατηρήσουν δεσπόζουσα θέση για πολλά χρόνια, όπως η Microsoft, Intel, Coca Cola, Google κ.τ.λ., όμως καμιά από αυτές δεν είναι μονοπώλιο.

γ) Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός

Μονοπωλιακός ανταγωνισμός είναι μια μορφή αγοράς που βρίσκεται μεταξύ του πλήρους ανταγωνισμού και του μονοπωλίου και περιλαμβάνει στοιχεία και από τα δύο.

Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός
Μονοπωλιακός ανταγωνισμός είναι μια ενδιάμεση μορφή αγοράς μεταξύ του πλήρους ανταγωνισμού και του μονοπωλίου και περιλαμβάνει στοιχεία και από τα δύο.

Κύρια χαρακτηριστικά:

- ❖ **Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων**
- ❖ **Προσφέρουν στην αγορά ελαφρώς διαφοροποιημένα προϊόντα. Κάθε παραγωγός προσπαθεί να διαφοροποιεί τα προϊόντα του από εκείνα των ανταγωνιστών του. Η διαφοροποίηση μπορεί να αφορά την ποιότητα, την εμφάνιση, τις τεχνικές τελειοποιήσεις, τη συσκευασία, την εξυπηρέτηση που προσφέρει στον πελάτη κ.λπ.**

- ❖ Η διαφοροποίηση των προϊόντων επιτρέπει στους πωλητές να διαφοροποιούν σε κάποιο βαθμό την τιμή πώλησης
- ❖ Επομένως δεν υπάρχει μια ενιαία τιμή στην αγορά για όλα τα προϊόντα, όπως συμβαίνει στον τέλειο ανταγωνισμό. Η κάθε επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να διαφοροποιεί την τιμή της
- ❖ Είναι μια ενδιάμεση μορφή αγοράς, που πλησιάζει προς τον τέλειο ανταγωνισμό ως προς το πλήθος των πωλητών, με τη διαφορά όμως ότι τα προϊόντα τους δεν είναι ομοιογενή
- ❖ Σε αντίθεση με το μονοπώλιο και τον τέλειο ανταγωνισμό, που σπάνια συναντώνται στην πράξη, ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός

είναι η πιο συνηθισμένη μορφή αγοράς. Μονοπωλιακός ανταγωνισμός υπάρχει σε όλα σχεδόν τα βιομηχανικά προϊόντα (είδη ένδυσης, υπόδησης, ηλεκτρικά είδη, έπιπλα, ποτά, κ.ά.), σε πολλά γεωργικά προϊόντα, αλλά και στις υπηρεσίες (κλινικές, ξενοδοχεία, δικηγορικά γραφεία κ.ά.)

- ❖ Στον μονοπωλιακό ανταγωνισμό, τόσο η είσοδος τόσο και η έξοδος των επιχειρήσεων γίνεται με ευκολία
- ❖ Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του μονοπωλιακού ανταγωνισμού είναι η έντονη διαφήμιση των προϊόντων. Με τη διαφήμιση ο κάθε πωλητής επιδιώκει να προσελκύσει αγοραστές, προβάλλοντας και υπερτονίζοντας τα

**πλεονεκτήματα του προϊόντος
που θέλει να πουλήσει.**

Χαρακτηριστικά:

- Πολλές επιχειρήσεις
- Ελαφρώς διαφοροποιημένα προϊόντα
- Διαφοροποιημένες τιμές
- Ενδιάμεση μορφή αγοράς
- Η πιο συνηθισμένη μορφή αγοράς
- Εύκολη είσοδος και έξοδος επιχειρήσεων
- Έντονη διαφήμιση.

δ) Ολιγοπώλιο

Ολιγοπώλιο είναι μια μορφή αγοράς στην οποία λίγες επιχειρήσεις προσφέρουν ομοιογενή ή διαφοροποιημένα προϊόντα.

Ολιγοπώλιο

είναι μια μορφή αγοράς στην οποία λίγες επιχειρήσεις προσφέρουν ομοιογενή ή διαφοροποιημένα προϊόντα.

Κύρια χαρακτηριστικά:

- ❖ Το ολιγοπώλιο είναι συνηθισμένη μορφή αγοράς
- ❖ Τα προϊόντα μπορεί να είναι είτε ομοιογενή είτε διαφοροποιημένα
- ❖ Μικρός αριθμός επιχειρήσεων. Γι' αυτό, η κάθε επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να σκέφτεται και να λαμβάνει σοβαρά υπόψη την αντίδραση των άλλων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Όταν η Apple σκέφτεται πόσο θα επενδύσει, πόσο θα διαφημίσει και

την τιμή που θα πουλά, λαμβάνει υπόψη την αντίδραση της Samsung και των άλλων ανταγωνιστών. Η Coca-Cola σκέφτεται πώς θα αντιδράσει η Pepsi-Cola, κ.λπ.

- ❖ Κάποια ολιγοπώλια βρίσκουν τρόπους να περιορίζουν τον ανταγωνισμό και να δημιουργούν καρτέλ (σε προϊόντα όπως τσιμέντο, χημικά σκευάσματα κ.ά.). Καρτέλ μπορεί να υπάρχουν αλλά είναι παράνομα. **Καρτέλ:** ομάδα επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε ένα κλάδο και συνεργάζονται προκειμένου να περιορίσουν τον ανταγωνισμό και να κρατήσουν ψηλά τις τιμές
- ❖ Σε μερικές περιπτώσεις ολιγοπωλίων υπάρχει έντονος ανταγωνισμός (αγορές τελευταίας

τεχνολογίας όπως έξυπνα τηλέφωνα-smart phones)

- ❖ Στο ολιγοπώλιο υπάρχουν περιορισμοί εισόδου και δύσκολα μπορούν να εισέλθουν νέοι ανταγωνιστές. Η είσοδος νέων επιχειρήσεων στους ολιγοπωλιακούς κλάδους είναι δύσκολη γιατί οι υπάρχουσες επιχειρήσεις διαθέτουν εδραιωμένα προϊόντα και συστήματα διανομής, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, ανεπτυγμένη τεχνολογία κ.ά., άρα χρειάζονται σημαντικά κεφάλαια από τις νέες επιχειρήσεις, τα οποία είναι δύσκολο να βρουν.

Χαρακτηριστικά Ολιγοπωλίου

- Συνηθισμένη μορφή αγοράς
- Προϊόντα ομοιογενή ή διαφοροποιημένα

- Μικρός αριθμός επιχειρήσεων
- Πιθανή δημιουργία καρτέλ
- Πιθανότητα έντονου ανταγωνισμού
- Δύσκολη είσοδος στον κλάδο.



Παράδειγμα: Οι βιομηχανίες τσιμέντου, χάλυβα, λιπασμάτων, αλουμινίου, αυτοκινήτων, και άλλων προϊόντων είναι ολιγοπωλιακές.

4.3 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ

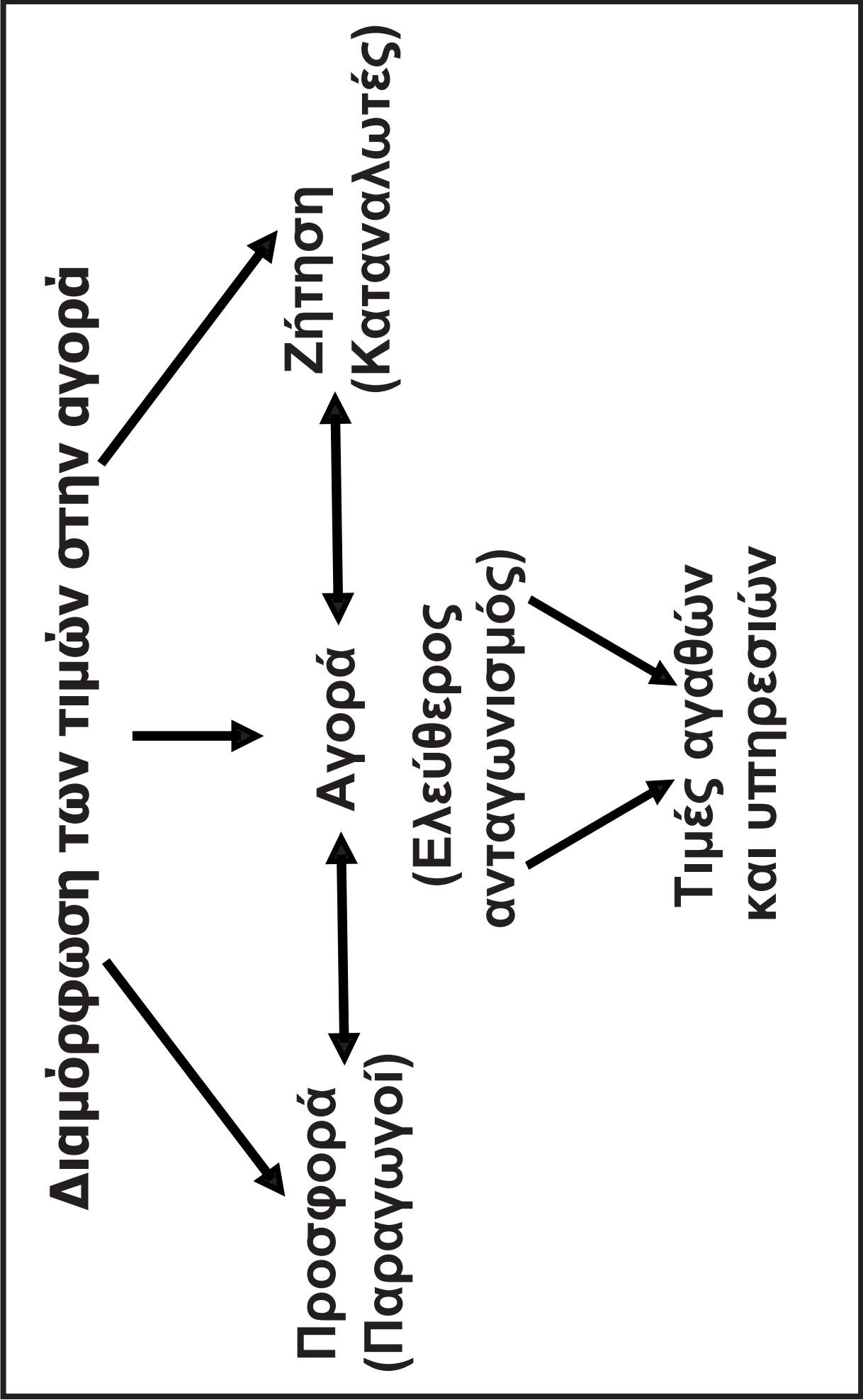
Όπως έχει αναφερθεί στο 1ο Κεφάλαιο, τα οικονομικά αγαθά, σε

94 / 60 - 61

αντίθεση με τα ελεύθερα, δεν παρέχονται στον άνθρωπο δωρεάν. Για την απόκτησή τους πρέπει να καταβάλουμε κάποιο χρηματικό ποσό. Το χρηματικό ποσό που πρέπει να πληρώσει κάποιος για την αγορά ενός αγαθού είναι η τιμή του.

Η τιμή κάθε αγαθού διαμορφώνεται στην αγορά από την προσφορά και τη ζήτηση.

Οι καταναλωτές ή αγοραστές διαμορφώνουν τη ζήτηση και οι παραγωγοί ή πωλητές, την προσφορά των αγαθών και υπηρεσιών. Ο παραγωγός που διαθέτει τα προϊόντα του στην αγορά είναι φυσικό να επιδιώκει να τα πουλήσει σε όσο το δυνατόν πιο ψηλή τιμή. Αντίθετα, ο καταναλωτής επιδιώκει να αγοράσει τα είδη που χρειάζεται όσο το δυνατόν σε χαμηλότερη τιμή.



Στη συνέχεια θα εξετάσουμε την έννοια της ζήτησης και της προσφοράς και τον τρόπο διαμόρφωσης της τιμής ενός αγαθού.

4.3.1 ΖΗΤΗΣΗ

Ζητούμενη ποσότητα ενός αγαθού είναι μια ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι καταναλωτές σε μια δεδομένη τιμή.

Ζήτηση (Demand) ενός αγαθού είναι η σχέση τιμής και ζητούμενης ποσότητάς του, δηλαδή είναι μία κλίμακα ζητουμένων ποσοτήτων που οι καταναλωτές θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε διάφορες τιμές σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Νόμος της Ζήτησης

Η σχέση μεταξύ της τιμής και της

ζητούμενης ποσότητας ενός αγα-
θού είναι **αντίστροφη**. Αυτό σημαί-
νει ότι, όσο αυξάνεται η τιμή του
αγαθού η ζητούμενη ποσότητα μει-
ώνεται και όσο μειώνεται η τιμή η
ζητούμενη ποσότητα αυξάνεται. Η
σχέση αυτή ονομάζεται **Νόμος της**
Ζήτησης. Η λογική με την οποία συ-
μπεριφέρεται ο καταναλωτής είναι
αποτέλεσμα του νόμου αυτού. Αν
αυξάνεται η τιμή του χοιρινού κρέα-
τος, είναι λογικό να αναμένεται ότι
οι καταναλωτές θα αγοράζουν λιγό-
τερο χοιρινό κρέας, ενώ αν μειώνε-
ται η τιμή του θα αγοράζουν περισ-
σότερο.

Τη σχέση που υπάρχει μεταξύ τιμής
και ζητούμενης ποσότητας μπορού-
με να την παρουσιάσουμε είτε με
ένα πίνακα τιμών και ποσοτήτων,
που λέγεται «**πίνακας ζήτησης**»,

είτε με την καμπύλη ζήτησης σε ένα διάγραμμα. Στον κάθετο άξονα σημειώνεται η τιμή και στον οριζόντιο η ζητούμενη ποσότητα.

Ζητούμενη ποσότητα ενός αγαθού είναι μια ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι καταναλωτές σε μια δεδομένη τιμή.

Ζήτηση (Demand) ενός αγαθού είναι η σχέση τιμής και ζητούμενης ποσότητάς του σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Νόμος της Ζήτησης

Όταν η τιμή του αγαθού αυξάνεται η ζητούμενη ποσότητά του μειώνεται, ενώ όταν η τιμή του μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα αυξάνεται.

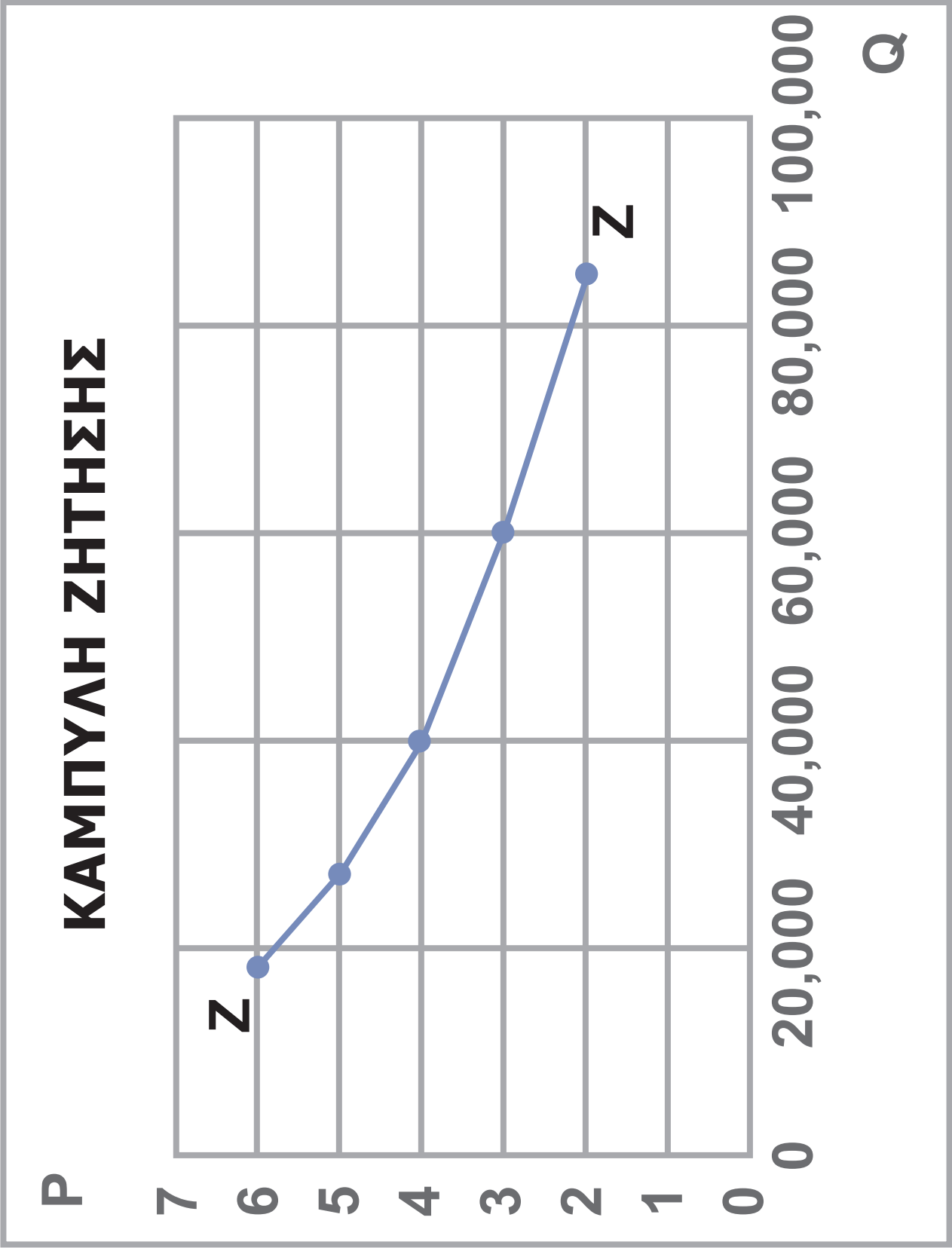
Δίνεται ένα παράδειγμα για τη ζήτηση χοιρινού κρέατος κατά τη διάρκεια μιας εβδομάδας:

Πίνακας Ζήτησης

Τιμή (€) P	Ζητούμενη Ποσότητα (kg) Q
6	18 000
5	27 000
4	40 000
3	60 000
2	85 000

P = Price

Q = Quantity



Η ζήτηση ενός αγαθού, εκτός από την τιμή του, επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες, όπως:

- ❖ **τα εισοδήματα των καταναλωτών**
- ❖ **οι τιμές των υποκατάστατων αγαθών (το βοδινό κρέας με το χοιρινό ή το κοτόπουλο)**
- ❖ **οι προτιμήσεις των καταναλωτών, που επηρεάζονται από τη διαφήμιση, τη μόδα κ.ά.**
- ❖ **οι προσδοκίες των καταναλωτών (προσδοκία για μείωση των τιμών στις εκπτώσεις) κ.ά.**

Για να παρουσιαστεί η σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας, όλοι οι άλλοι παράγοντες εκτός από την τιμή θεωρούνται σταθεροί και αμετάβλητοι (ceteris paribus). Η καμπύλη ζήτησης, επομένως,

δείχνει τον τρόπο με τον οποίο μεταβάλλεται η ζητούμενη ποσότητα όταν μεταβάλλεται η τιμή, με δεδομένο ότι οι άλλοι παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι.

Μπαμπά, μπαμπά



**Πότε θα
αγοράσουμε
καινούριο
ποδήλατο;**

**Όταν θα
μειωθούν
οι τιμές**

4.3.2 ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Προσφερόμενη ποσότητα ενός αγαθού είναι μια ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν οι παραγωγοί σε μια δεδομένη τιμή.

Προσφορά (Supply) ενός αγαθού είναι η σχέση τιμής και προσφερόμενης ποσότητάς του, δηλαδή είναι μία κλίμακα προσφερόμενων ποσοτήτων που οι πωλητές θέλουν και μπορούν να προσφέρουν για πώληση σε διάφορες τιμές σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Νόμος της Προσφοράς

Η σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας είναι θετική. Αυτό σημαίνει ότι όσο αυξάνεται η τιμή ενός αγαθού, αυξάνεται και η προσφερόμενη ποσότητα, ενώ όταν μειώνεται η τιμή, μειώνεται

και η προσφερόμενη ποσότητα. Η σχέση αυτή ονομάζεται Νόμος της Προσφοράς. Η λογική με την οποία συμπεριφέρεται ο παραγωγός είναι αποτέλεσμα του νόμου αυτού. Όταν αυξάνεται η τιμή ενός γεωργικού προϊόντος οι παραγωγοί θέλουν να αυξήσουν την ποσότητα που προσφέρουν στην αγορά. Αντίθετα, όταν μειώνεται η τιμή του προϊόντος, οι παραγωγοί μειώνουν την προσφερόμενη ποσότητά τους γιατί μειώνονται τα κέρδη τους.

Τη σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας ενός αγαθού μπορούμε να την παρουσιάσουμε είτε σ' έναν πίνακα τιμών και ποσοτήτων, που λέγεται «πίνακας προσφοράς», είτε σ' ένα διάγραμμα με την καμπύλη προσφοράς.

Προσφερόμενη ποσότητα ενός αγαθού είναι μια ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν οι παραγωγοί σε μια δεδομένη τιμή.

Προσφορά (Supply) ενός αγαθού είναι η σχέση τιμής και προσφερόμενης ποσότητάς του σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Νόμος της Προσφοράς
Όταν η τιμή του αγαθού αυξάνεται η προσφερόμενη ποσότητά του αυξάνεται και όταν η τιμή του μειώνεται η προσφερόμενη ποσότητα μειώνεται.

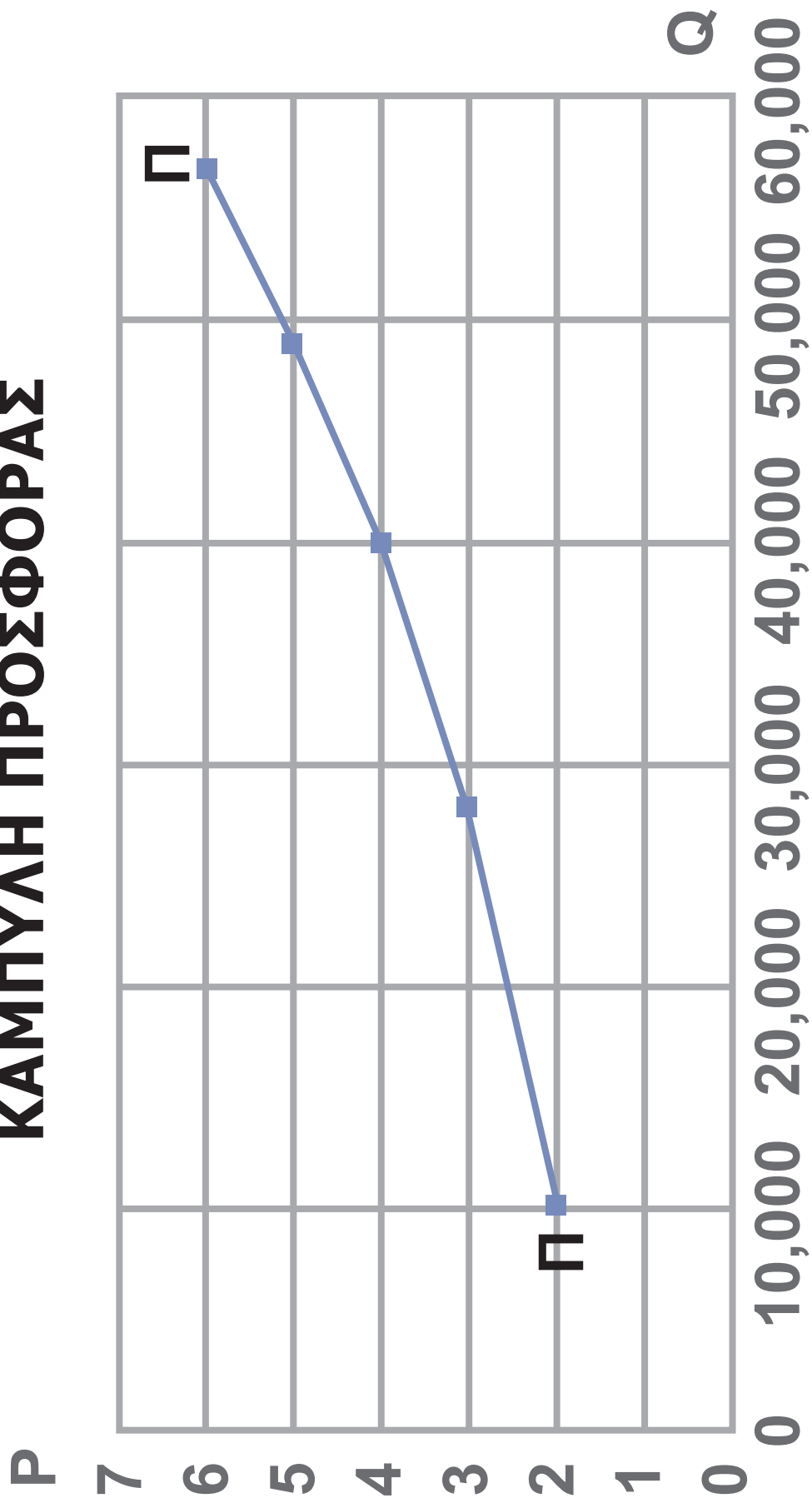
Πίνακας Προσφοράς

Τιμή (€) P	Προσφερόμενη Ποσότητα (kg) Q
6	57 000
5	49 000
4	40 000
3	28 000
2	10 000

P = Price

Q = Quantity

ΚΑΜΠΥΛΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ



108 / 65

Η προσφορά ενός αγαθού εκτός από την τιμή του επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες, όπως:

- ❖ η εξέλιξη της τεχνολογίας**
- ❖ το κόστος παραγωγής**
- ❖ οι τιμές των άλλων αγαθών που μπορούν να παραχθούν με τα ίδια μέσα, δηλαδή με τους ίδιους συντελεστές παραγωγής (να καλλιεργήσουν σιτάρι αντί κριθάρι)**
- ❖ οι καιρικές συνθήκες, όταν πρόκειται για γεωργικά προϊόντα**
- ❖ οι προσδοκίες των παραγωγών, για παράδειγμα αύξηση στην τιμή (αποθήκευση προϊόντων) κ.ά.**

Για να δείξουμε όμως τη σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας, πρέπει να θεωρήσουμε

όλους τους άλλους παράγοντες αμετάβλητους (*ceteris paribus*). Με άλλα λόγια, η καμπύλη προσφοράς δείχνει την ποσότητα που προσφέρεται για πώληση σε κάθε επίπεδο τιμής, με δεδομένο ότι οι άλλοι παράγοντες παραμένουν σταθεροί.

4.3.3 ΤΙΜΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑΣ

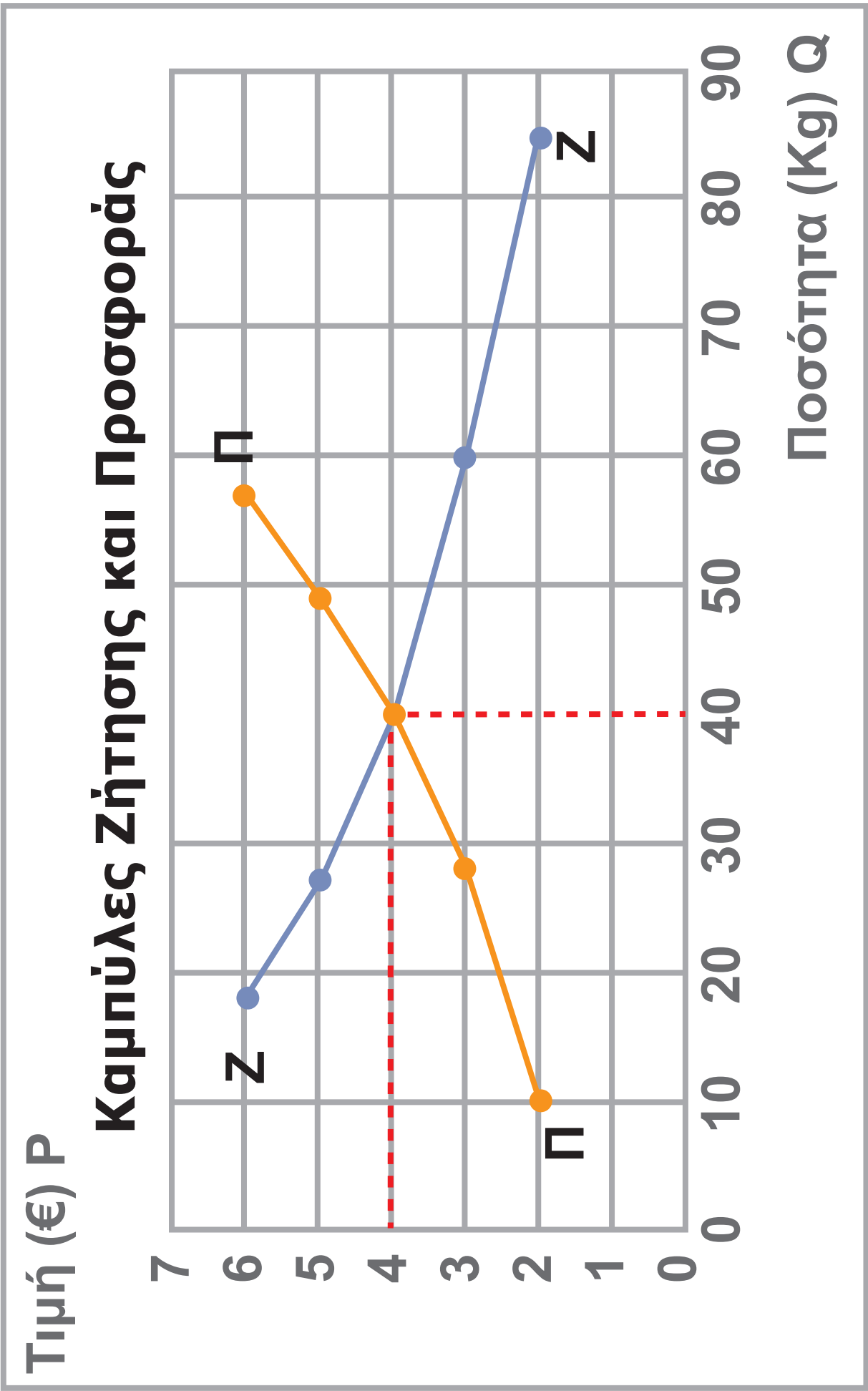
Για να δείξουμε τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η τιμή ενός αγαθού στην αγορά, πρέπει να σχηματίσουμε στο ίδιο διάγραμμα τις καμπύλες της ζήτησης και της προσφοράς του.

Προσφορά ----- Ζήτηση

- Εννοούμε την ποσότητα των προϊόντων που είναι διαθέσιμη στην αγορά.

- Εννοούμε την ποσότητα των προϊόντων που είναι διατεθειμένοι να αποκτήσουν (αγοράσουν) οι καταναλωτές σε συγκεκριμένη τιμή.

Τιμή (€) P	Ζητούμενη Ποσότητα (kg) Q (Χοιρινό κρέας)	Προσφερόμενη Ποσότητα (kg) Q (Χοιρινό κρέας)
6	18 000	57 000
5	27 000	49 000
4	40 000	40 000
3	60 000	28 000
2	85 000	10 000



Σύμφωνα με τα δεδομένα του παραδείγματος, με τις συνθήκες που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στην αγορά, η τιμή του χοιρινού κρέατος θα είναι €4 το κιλό. Αυτή είναι η τιμή στην οποία η ζητούμενη ποσότητα χοιρινού κρέατος ισούται με την προσφερόμενη ποσότητα και ονομάζεται «τιμή ισορροπίας».

Τιμή ισορροπίας είναι η τιμή στην οποία η ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι καταναλωτές/αγοραστές ισούται με την ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν οι παραγωγοί/πωλητές. Στο διάγραμμα, η τιμή αυτή προσδιορίζεται από το σημείο στο οποίο τέμνονται οι καμπύλες προσφοράς και ζήτησης και λέγεται σημείο ισορροπίας.

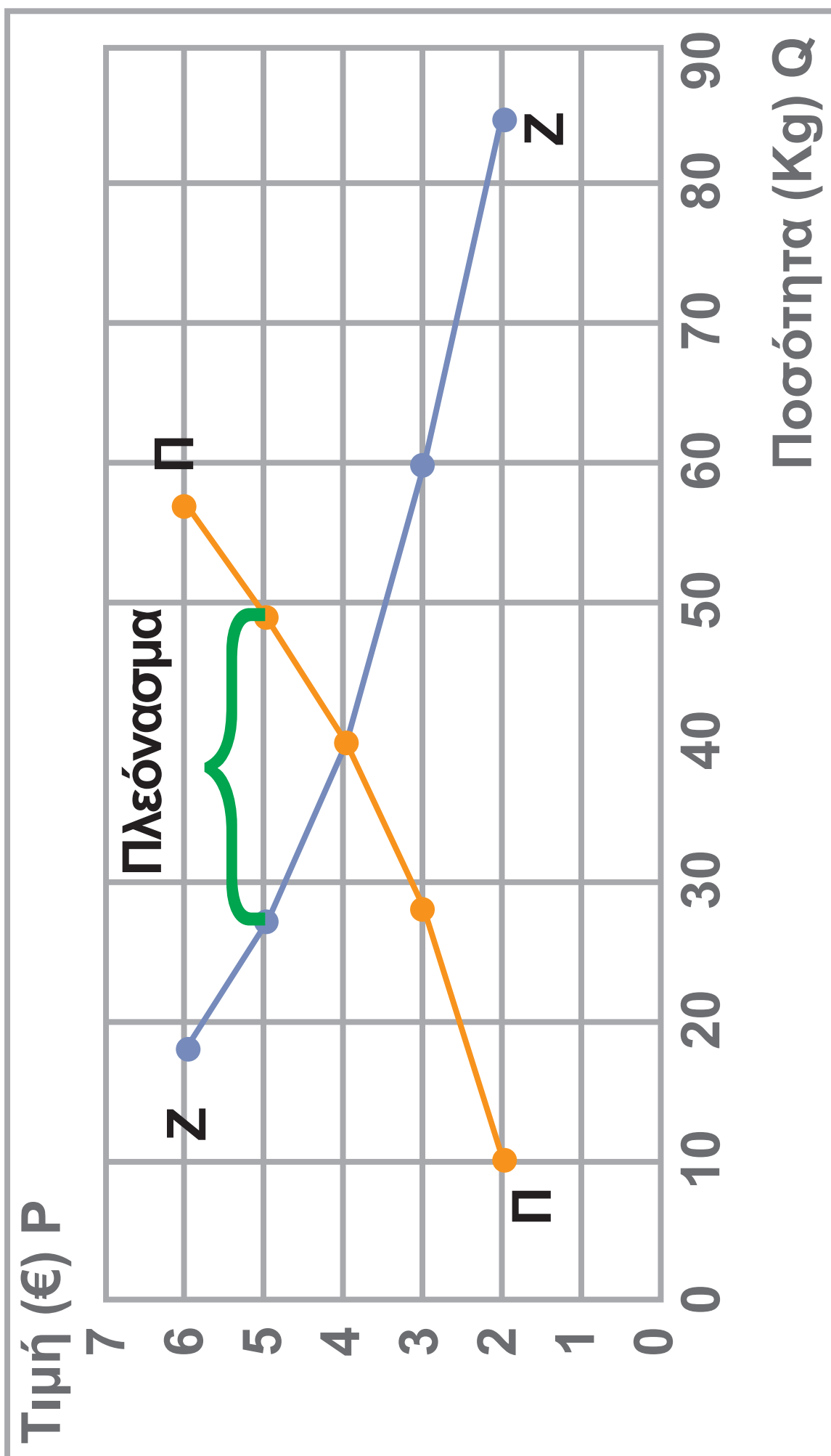
Οποιαδήποτε άλλη τιμή, ψηλότερη ή χαμηλότερη, προκαλεί ανισορροπία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα όταν η τιμή είναι €6 το κιλό οι παραγωγοί είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν 57 000 κιλά, ενώ οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν μόνο 18 000 κιλά. Η προσφερόμενη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από τη ζητούμενη ποσότητα κατά 39 000 κιλά ($57\ 000 - 18\ 000 = 39\ 000$). Επομένως, σε ψηλότερη τιμή δημιουργείται πλεόνασμα προσφοράς.

Οι παραγωγοί, επειδή θέλουν να πουλήσουν το πλεόνασμα των προϊόντων τους, θα αναγκαστούν να μειώσουν την τιμή του αγαθού.

**Με τη μείωση της τιμής αυξάνεται
η ζητούμενη ποσότητα, ενώ η προ-
σφερόμενη ποσότητα μειώνεται,
ώσπου να εξισωθούν και να κατα-
λήξουν στο σημείο ισορροπίας.**

Πλεόνασμα Προσφοράς



117 / 67

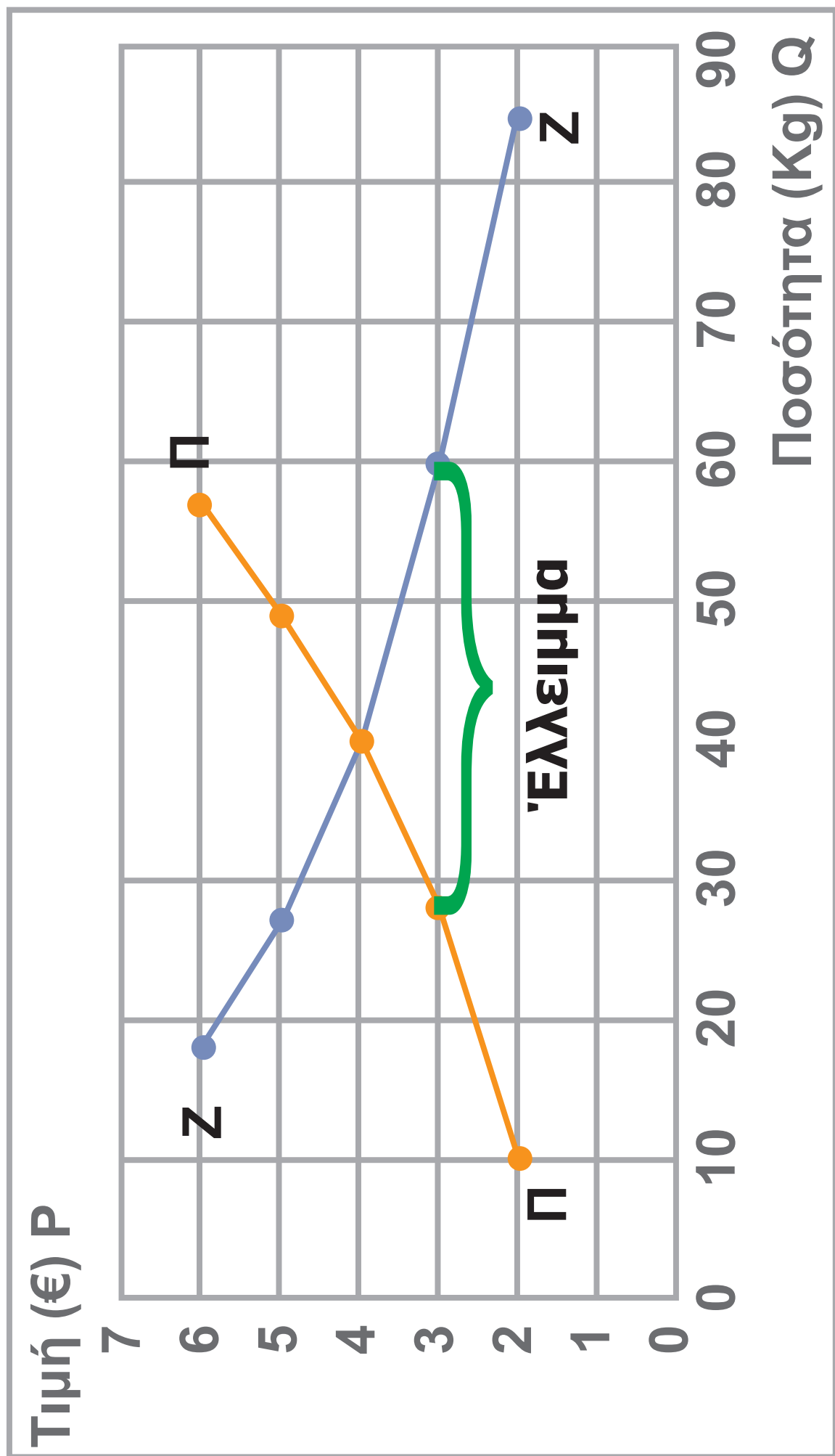
Αντίθετα, σε τιμή χαμηλότερη από €4 δημιουργείται έλλειμμα. Στην τιμή των €2 το κιλό, οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν 85 000 κιλά, ενώ οι πωλητές προσφέρουν μόνο 10 000 κιλά. Η ζητούμενη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από την προσφερόμενη ποσότητα κατά 75 000 (85 000 -10 000)

Σε αυτή την περίπτωση, οι παραγωγοί βλέπουν ότι υπάρχουν πολλοί καταναλωτές που θέλουν να αποκτήσουν το προϊόν και έτσι αυξάνουν την τιμή. Με την αύξηση της τιμής μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα, ενώ η προσφερόμενη ποσότητα αυξάνεται, ώσπου να εξισωθούν και να καταλήξουν στο σημείο ισορροπίας.

Η μόνη τιμή που μπορεί να επικρατήσει στην αγορά είναι η τιμή

ισορροπίας (στο παράδειγμα €4 το κιλό), στην οποία εξισώνεται η ζητούμενη με την προσφερόμενη ποσότητα.

Έλλειμμα Προσφοράς



120 / 68

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Να ορίσετε την έννοια της «αγοράς».

.....

.....

.....

.....

.....

2. Να συμπληρώσετε τα κενά:

α) Στην αγορά συναντώνται
οι με τους

.....

β) Η τιμή κάθε αγαθού διαμορφώνεται στην αγορά από
τον συσχετισμό μεταξύ

..... και

.....

γ) Η πιο συνηθισμένη μορφή αγοράς είναι

.....

δ) Η πιο ασύμφορη μορφή αγοράς για τους καταναλωτές είναι

3. Να γράψετε δίπλα σε κάθε πρόταση ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ:

**α) Στον τέλειο ανταγωνισμό κα-
νένας δεν μπορεί να πωλεί
πιο ακριβά από τους άλλους**

.....

**β) Η μονοπωλιακή επιχείρηση
καθορίζει η ίδια την τιμή
πώλησης του προϊόντος της**

.....

**γ) Σκοπός των κρατικών μονο-
πωλίων είναι η μεγιστοποίη-
ση των κερδών τους**

**δ) Η διαφήμιση είναι απαραίτητη
σε όλες τις μορφές αγοράς**

.....

4. Να γράψετε δίπλα από κάθε μορφή αγοράς τα χαρακτηριστικά της:

Ομοιογενή προϊόντα

Έντονη διαφήμιση

Μεγάλος αριθμός πωλητών

Διαφοροποιημένα προϊόντα

Ενιαία τιμή πώλησης

Η πιο συνηθισμένη μορφή αγοράς

Υπαρξη μεγάλου ανταγωνισμού

Τέλειος Ανταγωνισμός:

.....

.....

.....

.....

.....

Δύσκολη είσοδος στον κλάδο
Διαφοροποίηση τιμών
Έλλειψη ανταγωνισμού
Πληροφοριακή διαφήμιση
Ένας πωλητής
Η επιχείρηση καθορίζει την τιμή
Μικρός αριθμός επιχειρήσεων

Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Μονοπώλιο:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ολιγοπώλιο:

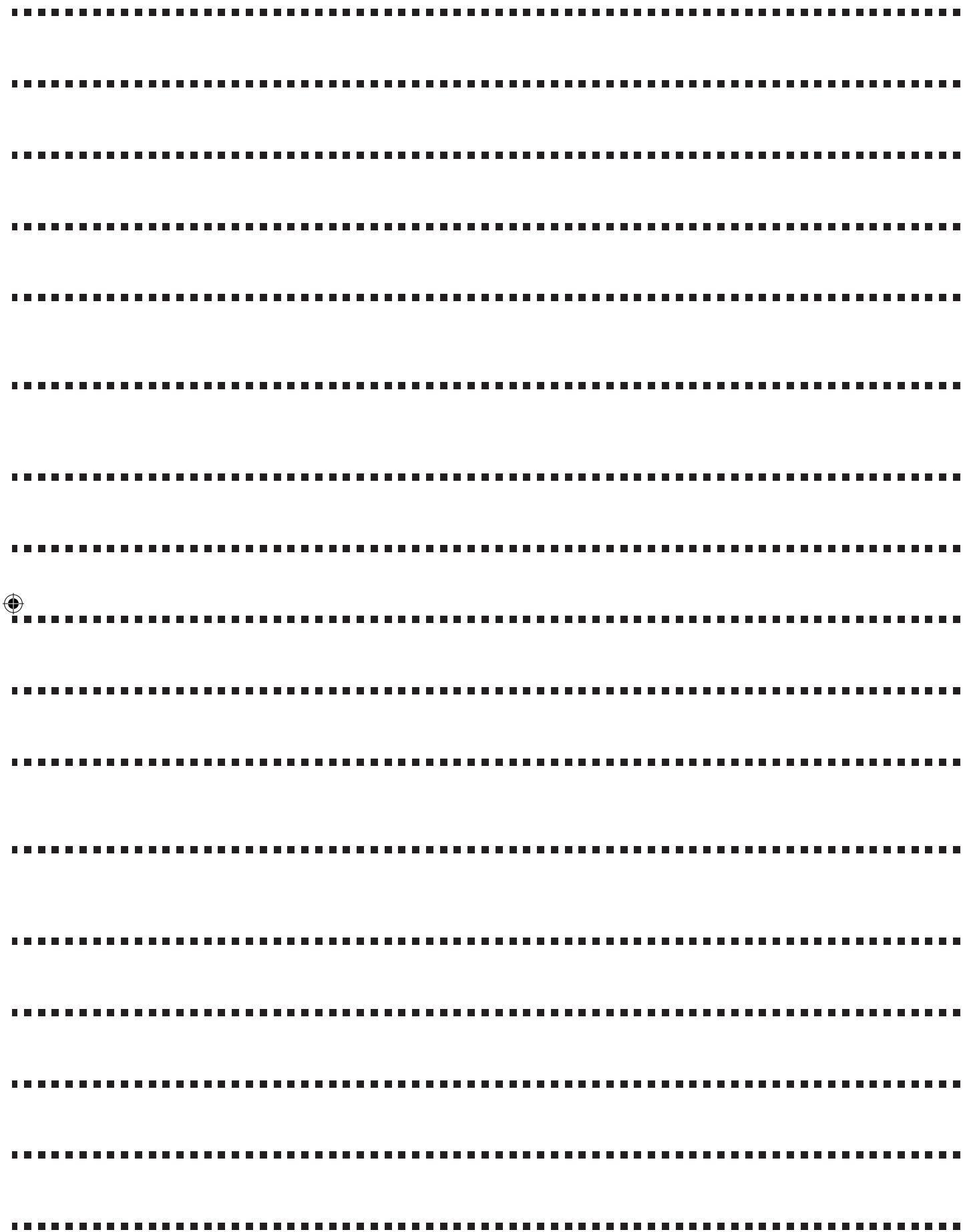
.....

.....

.....

.....

.....



5. Να γράψετε σε ποια μορφή αγοράς ανήκουν οι παρακάτω κλάδοι:

α) Παραγωγή αμυγδάλων

.....
.....

β) Παραγωγή ηλεκτρισμού

.....
.....

γ) Εταιρείες εισαγωγής πετρελαίων

.....
.....

δ) Βιομηχανία Έξυπνων τηλεφώνων

.....
.....

ε) Οινοποίηση

.....

.....

στ) Βιομηχανία παπουτσιών

.....

.....

ζ) Παραγωγή πατατών

.....

.....

η) Ταχυδρομικές υπηρεσίες

.....

.....

θ) Βιομηχανία χημικών σκευασμάτων

.....

.....

6. Να συμπληρώσετε τις προτάσεις:

α) Η καμπύλη ζήτησης δείχνει πώς μεταβάλλεται η ενός αγαθού όταν μεταβάλλεται η με δεδομένο ότι οι άλλοι παράγοντες μένουν σταθεροί

β) Όσο αυξάνεται η τιμή, η ζητούμενη ποσότητα ενώ όσο μειώνεται η τιμή, η ζητούμενη ποσότητα

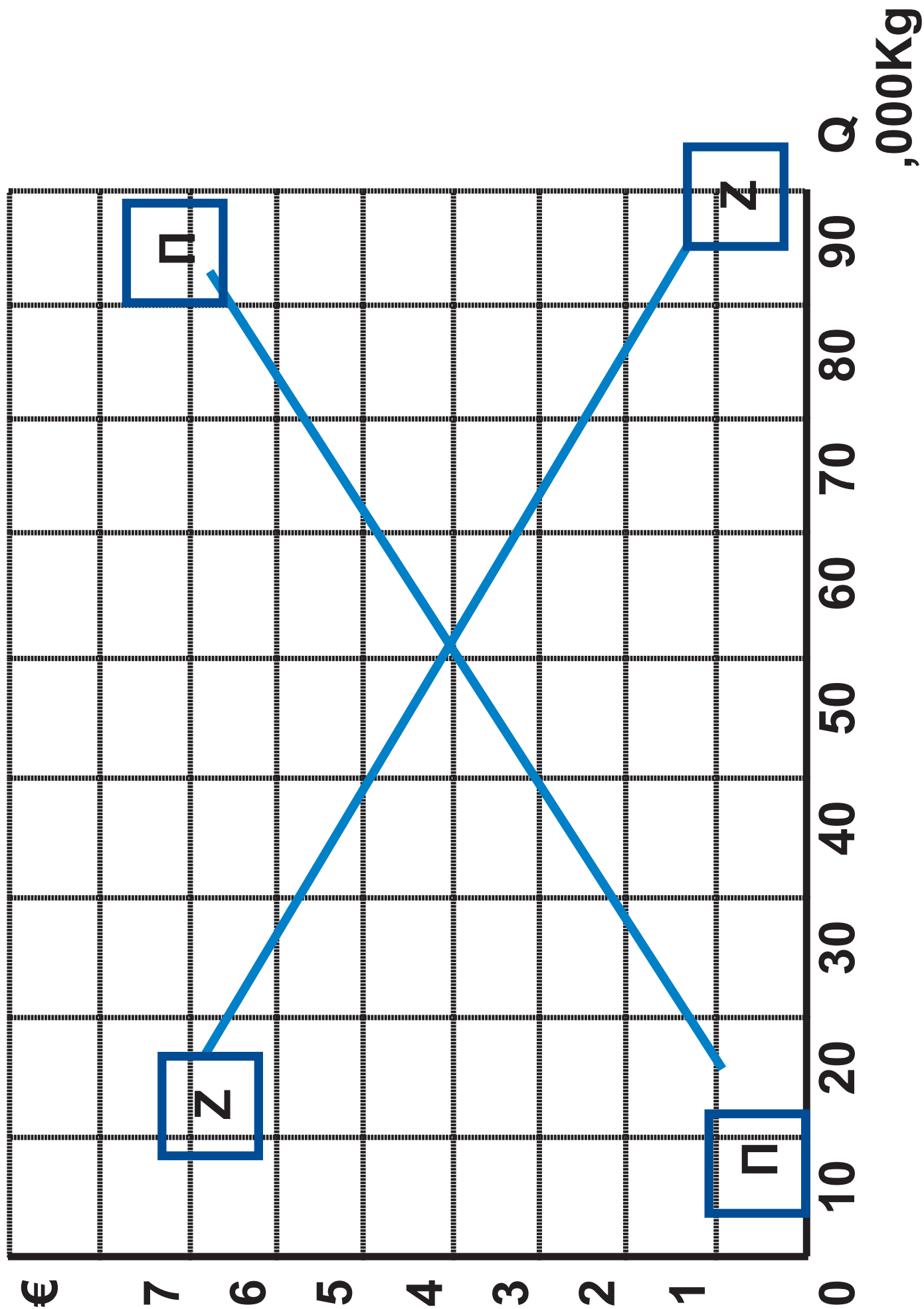
γ) Όσο αυξάνεται η τιμή ενός αγαθού, η προσφερόμενη ποσότητα και αντίστροφα

δ) Η τιμή στην οποία η ζητούμενη ποσότητα εξισώνεται με την προσφερόμενη ποσότητα ονομάζεται

.....

.....

7. Με βάση το παρακάτω διάγραμμα να συμπληρώσετε τα κενά στις προτάσεις που ακολουθούν:



132 / 71

α) Η τιμή ισορροπίας είναι
€, επειδή στην τιμή
αυτή εξισώνεται η
..... με τη
.....

β) Σε τιμή €5 οι παραγωγοί θα
ήταν διατεθειμένοι να πουλή-
σουν kg, ενώ οι κατα-
ναλωτές θα ήταν διατεθειμένοι
να αγοράσουν kg.
Επομένως δημιουργείται
.....
.....
.....

γ) Σε τιμή €2 η ζητούμενη ποσό-
τητα είναι
.....
από την προσφερόμενη,
δημιουργείται δηλαδή
.....

8. Με βάση τον πιο κάτω πίνακα να σχηματίσετε τις καμπύλες Ζήτησης και Προσφοράς του αγαθού Χ και να δείξετε το σημείο ισοροπίας.

Τιμή (€) P	Ζητούμενη Ποσότητα (kg)	Προσφερόμενη Ποσότητα (kg)
6	2 000	8 000
5	2 500	7 000
4	3 000	5 500
3	4 000	4 000
2	6 000	2 500
1	8 500	500

Η τιμή ισορροπίας είναι

.....

Η ποσότητα ισορροπίας είναι

.....

9. Να συμπληρώσετε:

α) Εκτός από την τιμή, η ζήτηση και η προσφορά ενός αγαθού επηρεάζονται και από άλλους παράγοντες, όπως:

Ζήτηση: α)

.....

.....

β)

.....

.....

γ)

.....

.....

δ)

.....

.....

Προσφορά: α)

.....

.....

.....

.....

β)

.....

.....

γ)

.....

.....

δ)

.....

.....

β) Στο διάγραμμα των καμπύ-
λων ζήτησης και προσφο-
ράς όλοι οι άλλοι παράγοντες

εκτός της τιμής θεωρούνται ..

.....

.....

**10. Να συμπληρώσετε ΣΩΣΤΟ ή ΛΑ-
ΘΟΣ:**

**α) Η προσφορά ενός αγαθού αυ-
ξάνεται όταν αυξάνεται η τιμή
του**

**β) Η σχέση τιμής και ζητούμενης
ποσότητας είναι θετική
.....**

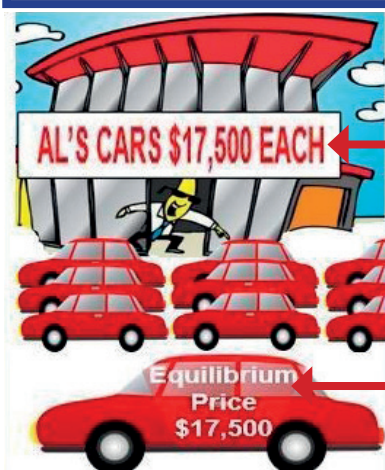
**γ) Η καμπύλη της ζήτησης έχει
κλίση από πάνω αριστερά
προς τα κάτω και δεξιά**

**δ) Η ζητούμενη ποσότητα ενός
αγαθού μπορεί να είναι μεγα-
λύτερη από την προσφερόμε-
νη ποσότητά του.**

138 / 72 - 73

11. Δίνεται ο πιο κάτω πίνακας για μια υποτιθέμενη αγορά αυτοκινήτων:

Market Equilibrium		
Retail Price	Quantity Demanded	Quantity Supplied
\$ 30,000	0	1,000
\$ 27,500	100	900
\$ 25,000	200	800
\$ 22,500	300	700
\$ 20,000	400	600
\$ 17,500	500	500
\$ 15,000	600	400
\$ 12,500	700	300
\$ 10,000	800	200



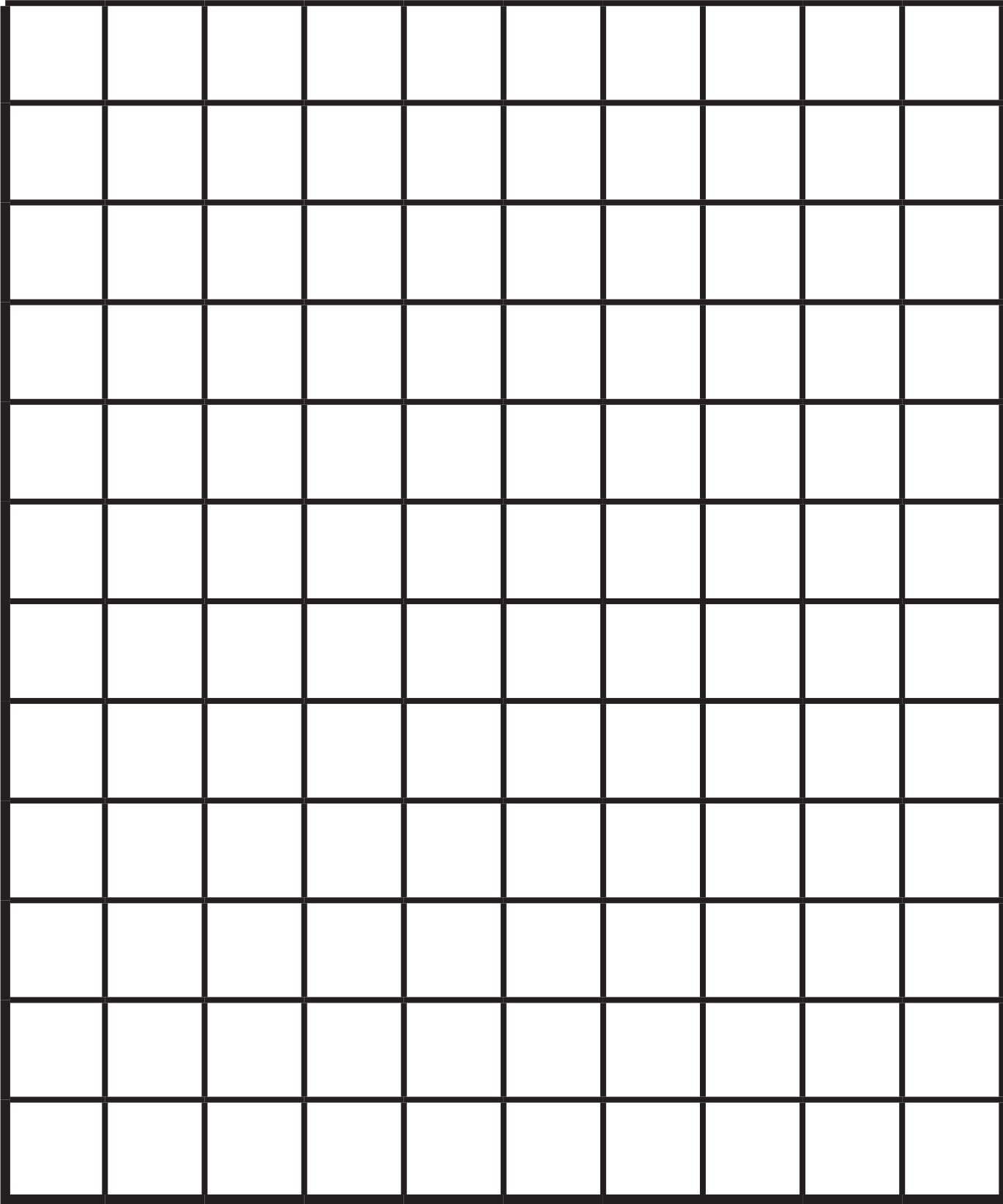
AL'S CARS
\$ 17,500 EACH

Equilibrium Price
\$ 17,500

139 / 73

**α) Η τιμή ισορροπίας είναι
..... και η ποσότητα
ισορροπίας είναι
.....**

**β) Να σχηματίσετε τις καμπύλες
Προσφοράς και Ζήτησης των αυ-
τοκινήτων**



γ) Αν η τιμή των αυτοκινήτων είναι \$25.000, στην αγορά παρατηρείται προσφοράς, γιατί η ζητούμενη ποσότητα είναι....., ενώ η προσφερόμενη ποσότητα είναι

δ) Πώς θα αντιδράσουν οι παραγωγοί και πώς θα αποκατασταθεί η ισορροπία στην αγορά;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ε) Αν η τιμή των αυτοκινήτων είναι \$12.500, στην αγορά παρατηρείται προσφοράς, γιατί η ζητούμενη ποσότητα είναι....., ενώ η προσφερόμενη ποσότητα είναι

ζ) Πώς θα αντιδράσουν οι παραγωγοί και πώς θα αποκατασταθεί η ισορροπία στην αγορά;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο	Τίτλος	Σελίδα
3	Συντελεστές Παραγωγής	5
4	Αγορά – Σχηματισμός τιμών	67







Βάσει του ν. 3966/2011 τα διδακτικά βιβλία του Δημοτικού, του Γυμνασίου, του Λυκείου, των ΕΠΑ.Λ. και των ΕΠΑ.Σ. τυπώνονται από το ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ και διανέμονται δωρεάν στα Δημόσια Σχολεία. Τα βιβλία μπορεί να διατίθενται προς πώληση, όταν φέρουν στη δεξιά κάτω γωνία του εμπροσθόφυλλου ένδειξη «ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ ΜΕ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ». Κάθε αντίτυπο που διατίθεται προς πώληση και δεν φέρει την παραπάνω ένδειξη θεωρείται κλεψίτυπο και ο παραβάτης διώκεται σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 7 του νόμου 1129 της 15/21 Μαρτίου 1946 (ΦΕΚ 1946,108, Α').

Απαγορεύεται η αναπαραγωγή οποιουδήποτε τμήματος αυτού του βιβλίου, που καλύπτεται από δικαιώματα (copyright), ή η χρήση του σε οποιαδήποτε μορφή, χωρίς τη γραπτή άδεια του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού / ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.