

**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 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 περιγράφετε τον τρόπο με τον οποίον 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.

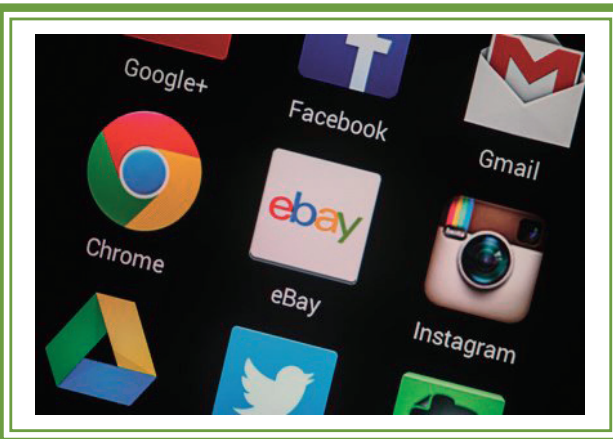


Στη σύγχρονη οικονομία, χρησιμοποιείται συχνά η ηλεκτρονική αγορά, όπως, ebay, uber taxi, Airbnb κ.ά.

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.

Κύρια χαρακτηριστικά:

- ❖ **Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων**
- ❖ **Τα προϊόντα όλων των επιχειρήσεων του κλάδο 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 ανα-**

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.**

γκασμένοι 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.

Μονοπώλιο

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

β) Μονοπώλιο

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 τέλει ανταγωνισμό
- ❖ Νέες επιχειρήσεις που θέλουν να εισέλθουν στον κλάδο **εμποδίζονται** από φυσικά, νομικά ή οικονομικά εμπόδια.

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.

Χαρακτηριστικά:

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

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 επι-

χείρηση 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.



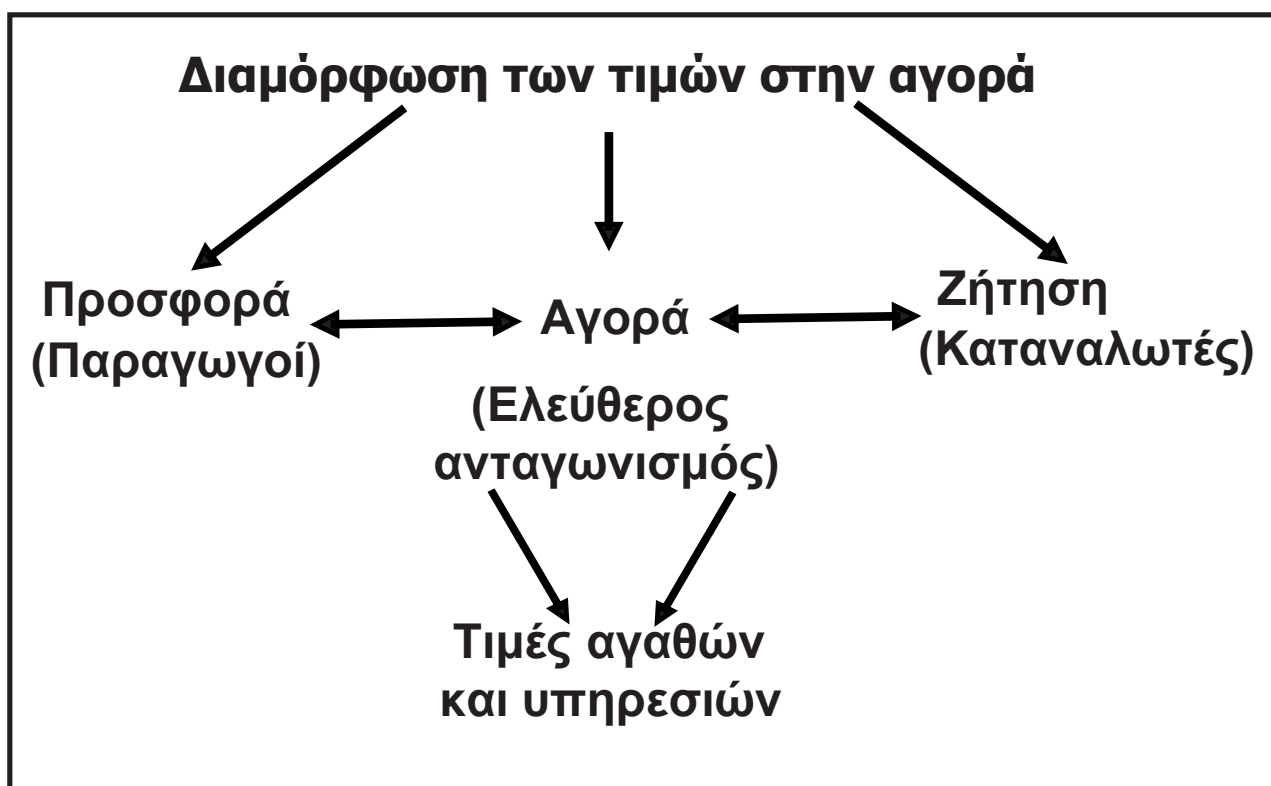
Παράδειγμα: Οι βιομηχανίες τσιμέντου, χάλυβα, λιπασμάτων, αλουμινίου, αυτοκινήτων, και άλλων προϊόντων είναι ολιγοπωλιακές.

4.3 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ

Όπως έχει αναφερθεί στο 1ο Κεφάλαιο, τα οικονομικά αγαθά, σε 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 αγαθού είναι **αντίστροφη**. Αυτό σημαίνει ότι, όσο αυξάνεται η τιμή του αγαθού η ζητούμενη ποσότητα μειώνεται και όσο μειώνεται η τιμή η ζητούμενη ποσότητα αυξάνεται. Η σχέση αυτή ονομάζεται **Νόμος της Ζήτησης**. Η λογική με την οποία συμπεριφέρεται ο καταναλωτής είναι αποτέλεσμα του νόμου αυτού. Αν αυξάνεται η τιμή του χοιρινού κρέατος, είναι λογικό να αναμένεται ότι οι καταναλωτές θα αγοράζουν λιγότερο χοιρινό κρέας, ενώ αν μειώνεται η τιμή του θα αγοράζουν περισσότερο.

Τη σχέση που υπάρχει μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας μπορούμε 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.

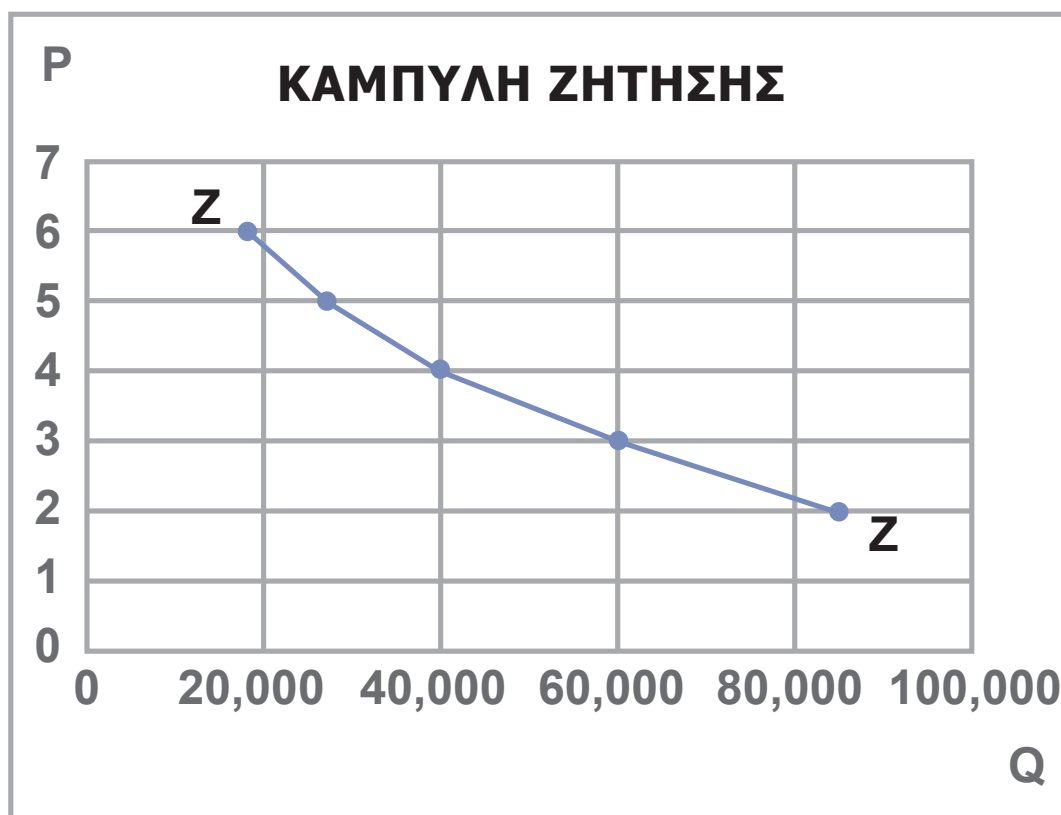
Δίνεται ένα παράδειγμα για τη ζήτηση χοιρινού κρέατος κατά τη διάρκεια μιας εβδομάδας:

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

τα 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.

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.

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 προσφερό-

μενη 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.

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



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

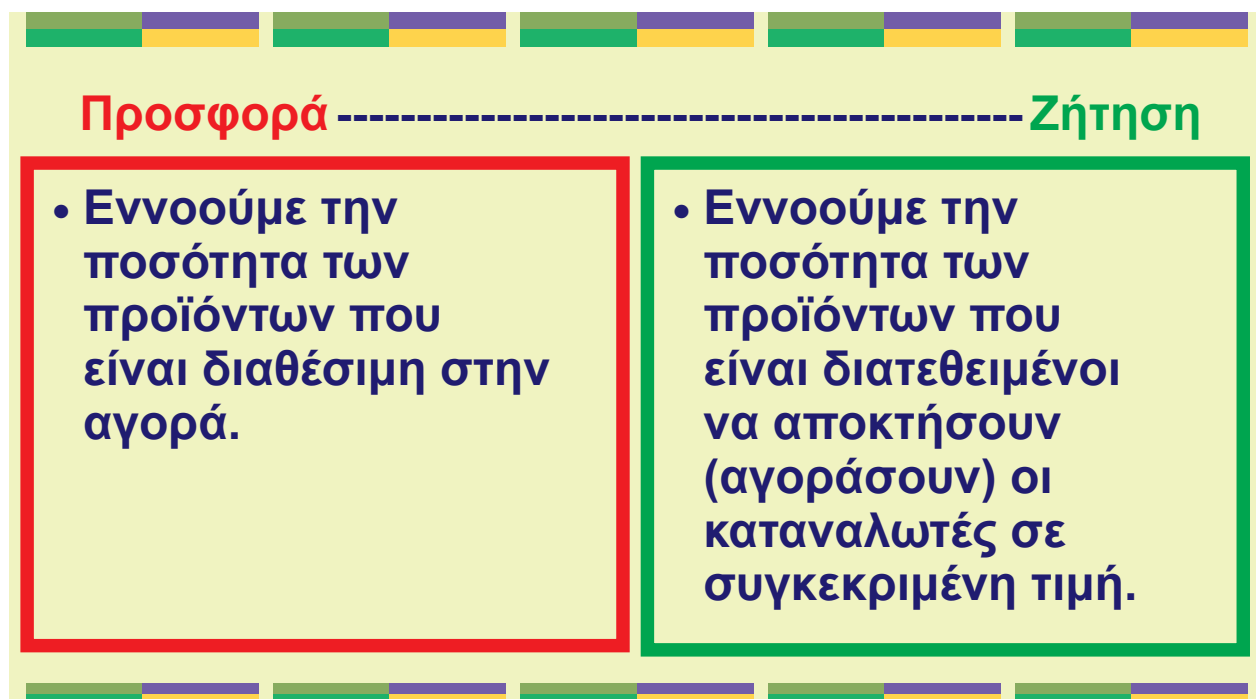
- ❖ η εξέλιξη της τεχνολογίας
- ❖ το κόστος παραγωγής
- ❖ οι τιμές των άλλων αγαθών που μπορούν να παραχθούν με τα ίδια μέσα, δηλαδή με τους ίδιους συντελεστές παραγωγής (να καλλιεργήσουν σιτάρι αντί κριθάρι)
- ❖ οι καιρικές συνθήκες, όταν πρόκειται για γεωργικά προϊόντα
- ❖ οι προσδοκίες των παραγωγών,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

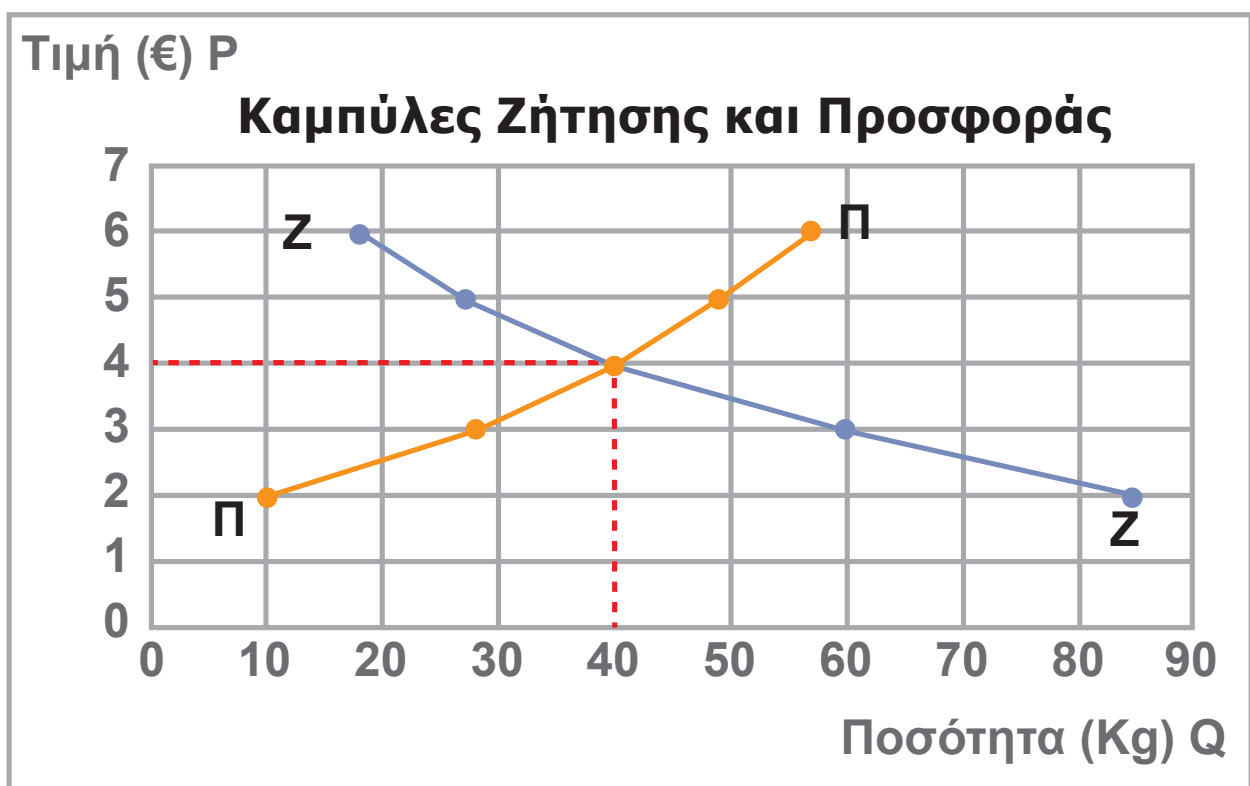
paribus). Με άλλα λόγια, η καμπύλη προσφοράς δείχνει την ποσότητα που προσφέρεται για πώληση σε κάθε επίπεδο τιμής, με δεδομένο ότι οι άλλοι παράγοντες παραμένουν σταθεροί.

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.



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».

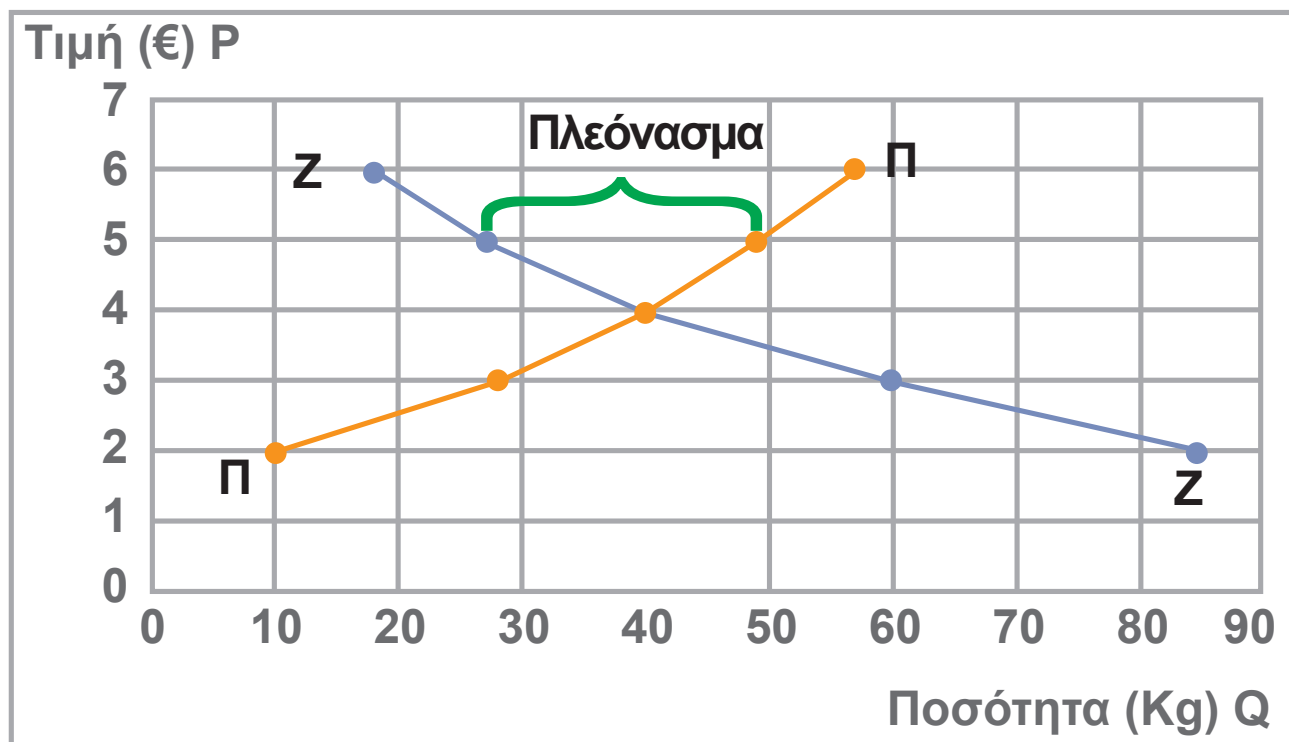
Τιμή ισορροπίας είναι η τιμή στην οποία η ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι καταναλωτές/αγοραστές ισούται με την ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν οι παραγωγοί/πωλητές. Στο διάγραμμα, η τιμή αυτή προσδιορίζεται από το σημείο στο οποίο τέμνονται οι καμπύλες προσφοράς και ζήτησης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

Πλεόνασμα Προσφοράς

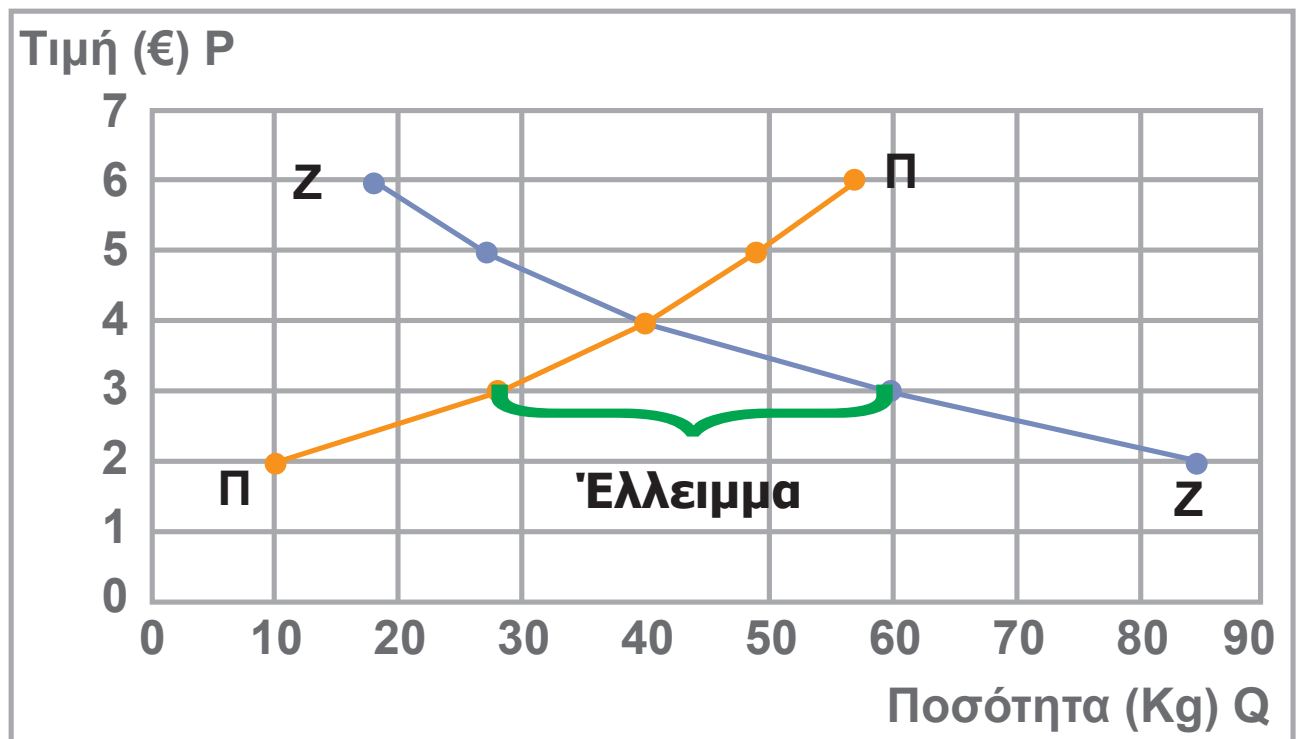


Αντίθετα, σε τιμή χαμηλότερη από €4 δημιουργείται έλλειμμα. Στην τιμή των €2 το κιλό, οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν 85 000 κιλά, ενώ οι πωλητές προσφέρουν μόνο 10 000 κιλά. Η ζητούμενη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από την προσφερόμενη ποσότητα κατά 75 000 (85 000 -10 000)

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



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 αγο-
ρά από τον συσχετισμό μεταξύ
και
- γ) Η πιο συνηθισμένη μορφή αγοράς είναι
.....
- δ) Η πιο ασύμφορη μορφή αγοράς για τους κα-
ταναλωτές είναι

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

- α) Στον τέλειο ανταγωνισμό κανένας 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 μονοπωλίων είναι η μεγιστοποίηση 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:

.....

.....

.....

.....

.....

Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός:

.....

.....

.....

.....

.....

Δύσκολη είσοδος στον κλάδο

Διαφοροποίηση τιμών

Έλλειψη ανταγωνισμού

Πληροφοριακή διαφήμιση

Ένας πωλητής

Η επιχείρηση καθορίζει την τιμή

Μικρός αριθμός επιχειρήσεων

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) Οινοποιία

.....

.....

στ) Βιομηχανία παπουτσιών

.....

.....

ζ) Παραγωγή πατατών

.....

.....

η) Ταχυδρομικές υπηρεσίες

.....

.....

θ) Βιομηχανία χημικών σκευασμάτων

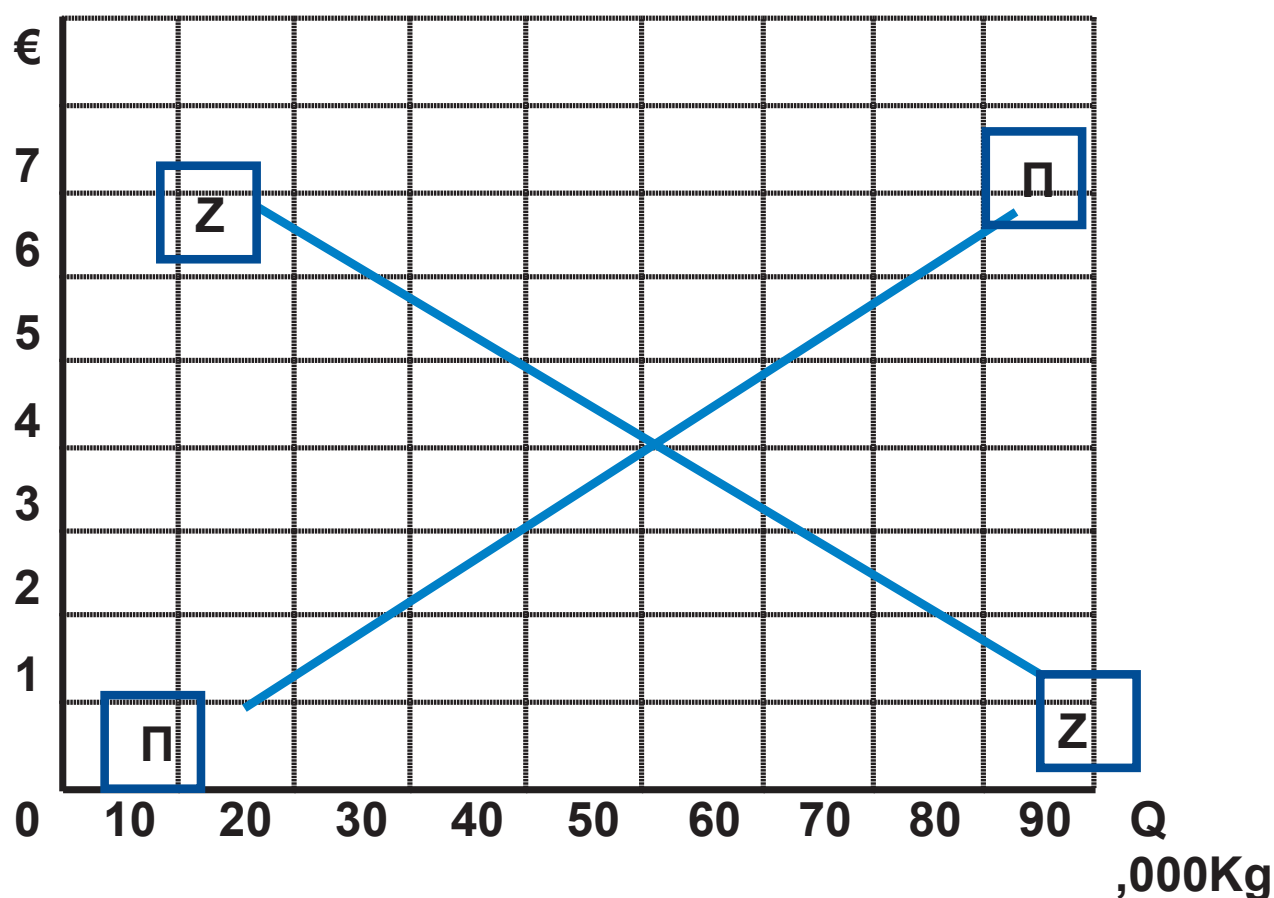
.....

.....

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:



- α) Η τιμή ισορροπίας είναι €, επειδή στην τιμή αυτή εξισώνεται η με τη
- β) Σε τιμή €5 οι παραγωγοί θα ήταν διατεθειμένοι να πουλήσουν kg, ενώ οι καταναλωτές θα ήταν διατεθειμένοι να αγοράσουν kg. Επομένως δημιουργείται
-
-

γ) Σε τιμή €2 η ζητούμενη ποσότητα 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 ισορροπίας.

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 καμπύλων ζήτησης και προσφοράς όλοι οι άλλοι παράγοντες εκτός της τιμής θεωρούνται

.....

.....

10. Να συμπληρώσετε ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ:

α) Η προσφορά ενός αγαθού αυξάνεται 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 μεγαλύτερη από την προσφερόμενη ποσότητά του.

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



α) Η τιμή ισορροπίας είναι και η ποσότητα ισορροπίας είναι

β) Να σχηματίσετε τις καμπύλες Προσφοράς και Ζήτησης των αυτοκινήτων

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 προ-
σφοράς, γιατί η ζητούμενη ποσότητα είναι
....., ενώ η προσφερόμενη ποσότητα
είναι

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

.....
.....
.....
.....
.....
.....



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ

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

- ❖ Να γνωρίζετε και να επεξηγείτε την έννοια του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ)
- ❖ Να κατανοείτε τη διαφορά μεταξύ τελικών και ενδιάμεσων αγαθών
- ❖ Να ορίζετε την έννοια του κατά κεφαλήν εισοδήματος
- ❖ Να μπορείτε να υπολογίζετε το κατά κεφαλήν εισόδημα
- ❖ Να κατανοείτε την έννοια του Βιοτικού Επιπέδου
- ❖ Να γνωρίζετε και να επεξηγείτε τους παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται το βιοτικό επίπεδο
- ❖ Να κατανοείτε τη σημασία της ανισοκατανομής των εισοδημάτων
- ❖ Να εξηγείτε τους τρόπους μείωσης της ανισοκατανομής του εισοδήματος
- ❖ Να γνωρίζετε τους λόγους για τους οποίους είναι δύσκολη η σύγκριση του βιοτικού επιπέδου μεταξύ των χωρών

- ❖ Να γνωρίζετε και να εξηγείτε ποιοι αποτελούν το Εργατικό Δυναμικό μιας χώρας ή τον Οικονομικά Ενεργό Πληθυσμό
- ❖ Να ορίζετε την έννοια του όρου Ανεργία
- ❖ Να κατανοείτε τις έννοιες της Ανεργίας Τριβής και της Μακροχρόνιας Ανεργίας
- ❖ Να υπολογίζετε το ποσοστό ανεργίας
- ❖ Να γνωρίζετε και να εξηγείτε τις συνέπειες της ανεργίας
- ❖ Να κατανοείτε τις έννοιες του Πληθωρισμού και Αποπληθωρισμού



5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως έχουμε αναφέρει στο 2ο Κεφάλαιο, ο άνθρωπος παράγει αγαθά και υπηρεσίες για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Ανάλογα με την αξία των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται μέσα στην οικονομία, κρίνεται σε κάποιο βαθμό και η ευημερία της χώρας.

5.2 ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝ

Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) είναι η αξία αγοράς όλων των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται μέσα σε μια χώρα κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου (συνήθως ενός έτους).

Αν προσθέσουμε όλα τα προϊόντα που παράγονται από τους τρεις τομείς της οικονομίας (πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή), μπορούμε να υπολογίσουμε την αξία του ΑΕΠ μιας οικονομίας. Για να μπορέσει να γίνει αυτό πρέπει να προσθέσουμε την αξία αγοράς όλων αυτών των αγαθών.

Αξία αγοράς είναι η τιμή στην οποία ανταλλάσσονται τα προϊόντα στην αγορά. Για να μετρηθεί η συνολική παραγωγή, πρέπει να αθροίσουμε την παραγωγή μήλων, πορτοκαλιών, ηλεκτρονικών υπολογιστών, υπηρεσιών κ.λπ. Το κάθε αγαθό μετριέται σε διαφορετικές μονάδες, για παράδειγμα, κιλά, τεμάχια, μέτρα κ.ά. Για τον λόγο αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε τις χρηματικές μονάδες, δηλαδή την αξία αγοράς.

Το ΑΕΠ αξιολογεί τα προϊόντα σύμφωνα με την αξία αγοράς των **τελικών** προϊόντων.

Τελικά αγαθά είναι τα αγαθά που αγοράζονται για τελική χρήση και δεν πρόκειται να μεταπωληθούν, για παράδειγμα, το κινητό τηλέφωνο που αγοράζει ένας καταναλωτής για δική του χρήση, το αυτοκίνητο κ.ά.).

Ενδιάμεσα αγαθά είναι τα αγαθά που προορίζονται να μεταπωληθούν, είτε στη μορφή που βρίσκονται, όπως πορτοκάλια για πώληση στην υπεραγορά (Σούπερ Μάρκετ), είτε αφού μετατραπούν σε άλλα αγαθά, όπως πορτοκάλια για χυμό κ.ά.

ΑΕΠ είναι η αξία αγοράς όλων των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται σε μια χώρα, κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου (συνήθως ενός έτους).

Αξία αγοράς είναι η τιμή στην οποία ανταλλάσσονται τα προϊόντα στην αγορά.

Τελικά αγαθά είναι τα αγαθά που αγοράζονται για τελική χρήση και δεν πρόκειται να μεταπωληθούν.

Ενδιάμεσα αγαθά είναι τα αγαθά που προορίζονται να μεταπωληθούν, είτε στη μορφή που βρίσκονται είτε αφού μετατραπούν σε άλλη μορφή.

Το ίδιο αγαθό μπορεί μερικές φορές να είναι τελικό, ενώ κάποιες άλλες ενδιάμεσο. Για παράδειγμα, η ζάχαρη

που αγοράζει μια νοικοκυρά είναι τελικό αγαθό, ενώ για ένα ζαχαροπλαστέιο είναι ενδιάμεσο. Το ίδιο και το αλεύρι για παρασκευή ψωμιού ή τα φρούτα.



Καταναλωτής – Τελικά αγαθά



**Μανάβικο/Εργοστάσιο/Καφετέρια
Ενδιάμεσα αγαθά**

Που παράγονται σε μια χώρα. Το ΑΕΠ μετρά μόνο τα αγαθά και τις υπηρεσίες που έχουν παραχθεί μέσα στη χώρα. Η εταιρεία Toyota είναι ιαπωνική εταιρεία, παράγει όμως αυτοκίνητα στην Ουαλία (Ηνωμένο Βασίλειο). Η αξία της παραγωγής αυτής υπολογίζεται στο ΑΕΠ του Ηνωμένου Βασιλείου και όχι σε αυτό της Ιαπωνίας.

Σε ορισμένη χρονική περίοδο. Το ΑΕΠ μετρά την αξία παραγωγής σε ορισμένη χρονική περίοδο (συνήθως σ' ένα έτος).

Το ΑΕΠ μπορεί να μετρηθεί με τις πιο κάτω μεθόδους:

- **Μέθοδο παραγωγής**
- **Μέθοδο εισοδήματος**
- **Μέθοδο δαπάνης**

Οι πιο πάνω μέθοδοι καταλήγουν στο ίδιο αποτέλεσμα γιατί:

- **Η αξία των προϊόντων είναι ίση με το εισόδημα (μισθοί, τόκοι, ενοίκια, κέρδη) που πληρώνουν οι επιχειρήσεις για την παραγωγή τους**
- **Κάθε συναλλαγή έχει αγοραστή και πωλητή, δηλαδή, το ποσό που δαπανά ο αγοραστής είναι ίσο με το εισόδημα που εισπράττει ο πωλητής**



Με λίγα λόγια, ο πωλητής παίρνει εισόδημα το οποίο είναι ίσο με τη δαπάνη του αγοραστή, ο οποίος πληρώνει για να πάρει προϊόντα ίσης αξίας.

Ο πωλητής θα
πάρει εισόδημα

Ο αγοραστής θα δαπανήσει
χρήματα, για να πάρει προϊόν



5.3 ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Κατά κεφαλήν εισόδημα είναι το εισόδημα που αναλογεί κατά μέσο όρο σε κάθε κάτοικο μιας χώρας ανεξάρτητα από τη συμμετοχή του στην παραγωγική διαδικασία.

Το κατά κεφαλήν εισόδημα υπολογίζεται ως εξής:

$$\text{Κατά κεφαλήν εισόδημα} = \frac{\text{ΑΕΠ}}{\text{Πληθυσμός της χώρας}}$$

Στον συνολικό πληθυσμό της χώρας περιλαμβάνονται όλοι οι μόνιμοι κάτοικοι της χώρας αυτής, ανεξαρτήτως ηλικίας, εργαζόμενοι και μη.

Κατά κεφαλήν εισόδημα είναι το εισόδημα που αναλογεί, κατά μέσο όρο, σε κάθε κάτοικο μιας χώρας, ανεξάρτητα από τη συμμετοχή του στην παραγωγή.

5.4 ΒΙΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ (STANDARD OF LIVING)

Η οικονομία δεν είναι ποτέ στάσιμη. Όλα τα σημαντικά μεγέθη της, όπως το επίπεδο του εισοδήματος, της απασχόλησης, της ανεργίας, των τιμών κ.λπ. μεταβάλλονται διαχρονικά. Από τα μεγέθη αυτά εξαρτάται η ομαλή λειτουργία μιας οικονομίας και κατ' επέκταση η ευημερία των πολιτών της, δηλαδή το βιοτικό τους επίπεδο.

Βιοτικό επίπεδο είναι η υλική, πνευματική και πολιτιστική στάθμη της ζωής των κατοίκων μιας χώρας ή γενικότερα το επίπεδο ποιότητας και ευημερίας της ζωής του ανθρώπου.

Βιοτικό επίπεδο

είναι η υλική, πνευματική και πολιτιστική στάθμη της ζωής των κατοίκων μιας χώρας ή γενικότερα, το επίπεδο ποιότητας και ευημερίας της ζωής του ανθρώπου.

Το βιοτικό επίπεδο αναφέρεται στην ποιότητα και στην ποσότητα των αγαθών και υπηρεσιών που μπορούν να αποκτήσουν τα μέλη μιας κοινωνίας, αλλά και στον τρόπο που τα αγαθά και οι υπηρεσίες διανέμονται σε αυτά. Αναφέρεται επίσης, στην ποιότητα ζωής η οποία συνδέ-

εται με την ευτυχία του ανθρώπου. Στην ποιότητα ζωής αναφέρονται το σύνολο των περιβαλλοντικών συνθηκών και ο τρόπος ζωής που συμβάλλουν στη βιολογική, πνευματική, ψυχική και κοινωνική ολοκλήρωση του ανθρώπου.

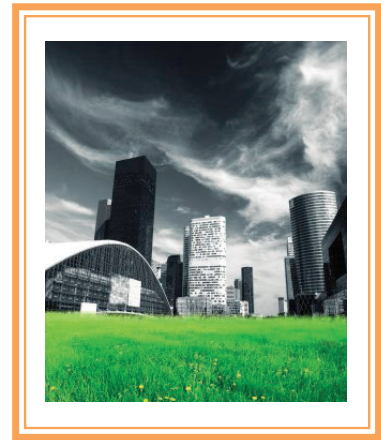
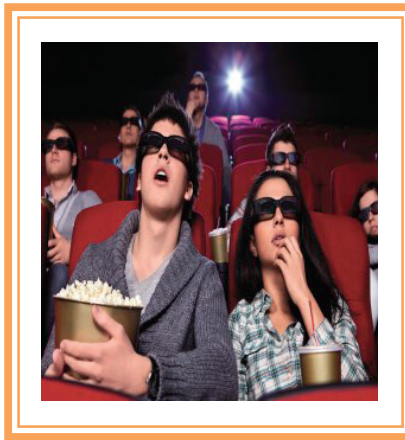
Το βιοτικό επίπεδο μιας χώρας εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως:

- Ο κυριότερος παράγοντας που χρησιμοποιείται και αποτελεί το σημαντικότερο κριτήριο για τη μέτρηση του βιοτικού επιπέδου ενός λαού είναι το ύψος του **κατά κεφαλήν εισοδήματος**. Όσο πιο ψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα αναλογεί στον κάθε κάτοικο της χώρας, τόσο πιο ψηλό θεωρείται ότι είναι το βιοτικό επίπεδο.
- Για να μπορεί το κατά κεφαλήν εισόδημα να είναι αντιπροσωπευτικό και επομένως αξιόπιστο κριτήριο για το βιοτικό επίπεδο, θα πρέπει να γίνεται **ίση κατανομή του εισοδήματος**, δηλαδή, η πλειοψηφία του πληθυσμού να παίρνει εισόδημα κοντά στο κατά κεφαλήν εισόδημα. Όσο πιο ίση είναι η κατανομή του εισοδήματος, τόσο πιο ψηλό είναι το βιοτικό επίπεδο.
- Όσο περισσότερο **ελεύθερο χρόνο** έχουν τόσο καλύτερο είναι το βιοτικό επίπεδο, αφού οι εργαζόμενοι κουράζονται λιγότερο και έχουν περισσότερο διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο για ανάπαυση και ψυχαγωγία.

- Σε χώρες με ψηλό μορφωτικό επίπεδο και ανεπτυγμένη πνευματική και πολιτιστική ζωή (θέατρα, μουσική, εκθέσεις, κ.λ.π.), δίνονται περισσότερες ευκαιρίες στους πολίτες να ικανοποιούν τις πνευματικές τους ανάγκες.
- Όσο περισσότερα κοινωνικά αγαθά προσφέρει το κράτος στους πολίτες του, τόσο βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο. Η δωρεάν ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και εκπαίδευση, η ασφάλεια προς τους πολίτες, οι κοινωνικές παροχές (συντάξεις επιδόματα) βελτιώνουν την υγεία και τη μακροζωία των πολιτών.
- Ένα περιβάλλον το οποίο είναι καθαρό (για παράδειγμα καθαρές λίμνες, καθαρή ατμόσφαιρα), βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των ανθρώπων.

Άρθρο που δημοσιεύτηκε στον τύπο τον Αύγουστο του 2013 με τίτλο «Το βιοτικό επίπεδο συμβάλλει στη μακροζωία» αναφέρει:

Οι Ιαπωνέζοι είναι γνωστοί για τη μακροβιότητά τους, η οποία οφείλεται κατά ένα μέρος στην παραδοσιακή υγιεινή διατροφή τους, στη δραστήρια ζωή τους και σε ένα ασφαλιστικό σύστημα που διευκολύνει την πρόσβαση στις υπηρεσίες υγείας. «Γενικά η μακροζωία των Ιαπώνων είναι ένδειξη του υψηλού τους βιοτικού επιπέδου».



5.5. ΑΝΙΣΟΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Όπως έχει αναφερθεί στην προηγούμενη ενότητα, για να θεωρείται το κατά κεφαλήν εισόδημα αξιόπιστο κριτήριο του βιοτικού επιπέδου, πρέπει να υπάρχει δίκαιη κατανομή του εισοδήματος.

Για να γίνει κατανοητή η έννοια της δίκαιης κατανομής του εισοδήματος, δίνεται ένα παράδειγμα:

Δύο υποθετικές οικονομίες, η Α και η Β, έχουν 4 πολίτες η κάθε μια.

Το εισόδημα των τεσσάρων πολιτών της οικονομίας Α είναι:

€1.000

€900

€1.100

€1.000

Το κατά κεφαλήν εισόδημα στην οικονομία Α είναι:

$$\frac{(1.000+900+1.100+1.000)}{4} = \frac{4.000}{4} = €1.000$$

Τα εισοδήματα των τεσσάρων μελών της οικονομίας Β είναι:

€5.000

€300

€500

€200

Το κατά κεφαλήν εισόδημα στην οικονομία Β είναι:

$$\frac{(5.000+300+500+200)}{4} = \frac{6.000}{4} = €1.500$$

Το κατά κεφαλήν εισόδημα της οικονομίας Β είναι μεγαλύτερο από το κατά κεφαλήν εισόδημα της οικονομίας Α. Αυτό όμως, δεν σημαίνει ότι οι πολίτες της οικονομίας Β έχουν ψηλότερο βιοτικό επίπεδο από τους πολίτες της οικονομίας Α.

Στην οικονομία Α ο μέσος όρος των εισοδημάτων είναι χαμηλότερος από την οικονομία Β, αλλά υπάρχει ισοκατανομή του εισοδήματος. Αυτό σημαίνει ότι η πλειοψηφία των πολιτών παίρνει εισόδημα κοντά στο κατά κεφαλήν εισόδημα (μέσος όρος).

Στην οικονομία Β υπάρχει ανισοκατανομή του εισοδή-

ματος. Το ένα άτομο παίρνει €5.000 και ανεβάζει τον μέσο όρο των εισοδημάτων, ενώ το εισόδημα των άλλων τριών ατόμων έχει μεγάλη διαφορά από το κατά κεφαλήν εισόδημα.

Τα κράτη παίρνουν φορολογικά και άλλα μέτρα για τη μείωση της ανισότητας.

Εκτός από το κράτος, αρκετές εθελοντικές οργανώσεις βοηθούν τις ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσής τους, εξασφαλίζοντάς τους ένα καλύτερο ατομικό βιοτικό επίπεδο.

Οι παροχές αυτές, ανεξάρτητα αν προέρχονται από το κράτος ή τις εθελοντικές οργανώσεις, αποτελούν απλά μεταφορά ευημερίας (εισοδήματος) από τον έναν πολίτη στον άλλον, δηλαδή γίνεται ανακατανομή του εισοδήματος. Γι' αυτό και δεν επηρεάζουν το ύψος του μέσου κατά κεφαλήν εισοδήματος (δεν αλλάζει ο μέσος όρος, αλλά η κατανομή των εισοδημάτων μεταξύ των μελών μιας οικονομίας).

Με το πιο πάνω παράδειγμα, δεν εννοούμε φυσικά ότι όλοι πρέπει να αμείβονται το ίδιο. Το κράτος με την επιβολή της φορολογίας και τις κοινωνικές παροχές προσπαθεί να μειώσει την ανισοκατανομή.

Επομένως, για να δούμε ποια οικονομία έχει ψηλότερο βιοτικό επίπεδο, θα πρέπει να λάβουμε πρώτα υπόψη μας τον κυριότερο παράγοντα, που είναι το κατά κεφαλήν εισόδημα, την κατανομή του εισοδήματος, αλλά και όλους τους άλλους παράγοντες που επηρεάζουν το βιοτικό επίπεδο.

5.6 ΑΕΠ – ΒΙΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν μετρά την αξία των αγαθών και των υπηρεσιών που πωλούνται στις αγορές.

Στη συνέχεια εξετάζουμε κάποιους παράγοντες που επηρεάζουν το βιοτικό επίπεδο, αλλά δεν περιλαμβάνονται στο ΑΕΠ:

Οικιακή παραγωγή. Κάθε μέρα στα σπίτια μας πραγματοποιείται παραγωγή. Η αντικατάσταση μιας λάμπας, το κόψιμο του γκαζόν (γρασίδι), το πλύσιμο του αυτοκινήτου, η φροντίδα του κήπου αποτελούν παραδείγματα οικιακής παραγωγής. Από τη στιγμή που αυτές οι παραγωγικές διαδικασίες δεν πωλούνται στην αγορά, δεν λαμβάνονται υπόψη στον υπολογισμό του ΑΕΠ.

Παραοικονομία. Είναι το μέρος της οικονομίας που κρατείται ηθελημένα κρυφό για λόγους φοροδιαφυγής ή επειδή τα παραγόμενα αγαθά και υπηρεσίες είναι παράνομα. Αυτές οι δραστηριότητες επειδή μένουν αδήλωτες, δεν υπολογίζονται στο ΑΕΠ (λαθρεμπόριο, διακίνηση παράνομων ουσιών κ.ά.).

Προσδόκιμο ζωής και υγεία. Η καλή υγεία και η αύξηση του προσδόκιμου ορίου ζωής αυξάνουν το βιοτικό επίπεδο, όμως δεν συμπεριλαμβάνονται στη μέτρηση του ΑΕΠ.

Ελεύθερος χρόνος. Περισσότερος ελεύθερος χρόνος σημαίνει και καλύτερη ζωή.

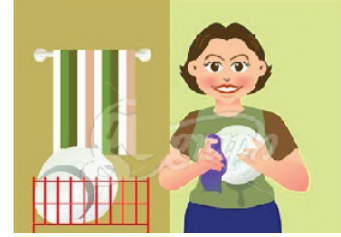
ΟΙΚΙΑΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ



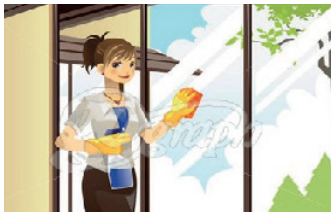
Μαγείρεμα



**Προετοιμασία
φαγητού**



**Σκούπισμα
πιάτων**



**Καθάρισμα
Τζαμιών**



Κηπουρική



Ξεσκόνισμα

e-children.blogspot.com/

Ποιότητα του περιβάλλοντος. Ένα υγιές περιβάλλον αυξάνει το βιοτικό επίπεδο του ανθρώπου αλλά δεν συμπεριλαμβάνεται στο ΑΕΠ.

Πρέπει να τονιστεί ότι όλα τα πιο πάνω κάνουν δύσκολη τη σύγκριση του βιοτικού επιπέδου μεταξύ των διαφορετικών χωρών.



Κατά κεφαλήν Ακαθάριστο

Θέση	Χώρα	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε δολάρια \$ 2014
1	Κατάρ	137.162
2	Λουξεμβούργο	97.639
3	Σιγκαπούρη	83.066
4	Μπρουνέι	79.890
5	Κουβέιτ	70.686
6	Νορβηγία	67.166
7	Ην. Αραβικά Εμιράτα	66.347
8	Σαν Μαρίνο	60.887
9	Ελβετία	58.149
10	Χονγκ Κονγκ	55.097

Τελευταία χώρα στην πιο πάνω κατάσταση στη θέση 187 βρίσκεται η Κεντρική Αφρικανική Δημοκρατία, με κατά κεφαλήν ΑΕΠ \$609. Η Κύπρος βρίσκεται στην 37η θέση, με κατά κεφαλήν ΑΕΠ \$30.872 και η Ελλάδα στην 44η, με \$25.954.

Εγχώριο Προϊόν σε δολάρια Η.Π.Α.

	Θέση	Χώρα	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε δολάρια \$ 2014
	11	Η.Π.Α.	54.370
	12	Σαουδική Αραβία	52.311
	13	Ιρλανδία	51.284
	14	Μπαχρέιν	49.020
	15	Ολλανδία	47.960
	16	Αυστρία	46.640
	17	Αυστραλία	46.550
	18	Σουηδία	46.219
	19	Γερμανία	46.216
	20	Ταϊβάν	46.036

Πηγή: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, 6th October 2015.

Έτος	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν Ελλάδας ΚΚ (ΑΕΠ) σε σταθερές τιμές 2015 (USD \$)
1970	15.710
1975	19.515
1980	22.456
1985	21.947
1990	22.820
1995	23.598
2000	27.589
2005	32.830
2010	30.905
2015	26.760
2020	25.576
2023	30.321

Πηγή: ΟΟΣΑ

5.7 ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ – ΑΝΕΡΓΙΑ

Εργατικό Δυναμικό ή Οικονομικά Ενεργός Πληθυσμός είναι το σύνολο των ανθρώπων που είναι ικανοί και διαθέσιμοι για εργασία. Με άλλα λόγια, στο Εργατικό Δυναμικό περιλαμβάνονται όλοι όσοι μπορούν και θέλουν να εργαστούν.

Εάν οι διαθέσιμες θέσεις εργασίας είναι λιγότερες από τον αριθμό των ατόμων που τις διεκδικούν, τότε θα μείνουν άτομα χωρίς εργασία. Τα άτομα αυτά, συνήθως, καταφεύγουν στην αναζήτηση εργασίας. Αυτά τα άτομα, που είναι ικανά, πρόθυμα και διαθέσιμα να απασχοληθούν αλλά δεν μπορούν να βρουν εργασία, αποτελούν τους **άνεργους**.

Εργατικό Δυναμικό ή Οικονομικά Ενεργός Πληθυσμός είναι το σύνολο των ανθρώπων που είναι ικανοί και διαθέσιμοι για εργασία.

Άνεργοι είναι τα άτομα που ενώ είναι ικανά, πρόθυμα και διαθέσιμα να απασχοληθούν, δεν μπορούν να βρουν εργασία.

Τα άτομα που έχουν οποιαδήποτε επαγγελματική απασχόληση, ανεξάρτητα αν είναι πλήρης ή μερική απασχόληση, αποτελούν τους **απασχολούμενους**. Για παράδειγμα μισθωτοί, εργοδότες, αυτοτελώς εργαζόμενοι, ανεξάρτητα αν απουσιάζουν προσωρινά λόγω ασθένειας, άδειας ή απεργίας από τη δουλειά τους. Ένας φοιτητής που δουλεύει λίγες ώρες την εβδομάδα υπολογίζεται ως απασχολούμενος.

Απασχολούμενοι είναι τα άτομα που έχουν οποιαδήποτε πλήρη ή μερική επαγγελματική απασχόληση.

Οι άνεργοι και οι απασχολούμενοι είναι ο **οικονομικά ενεργός πληθυσμός** ή το **εργατικό δυναμικό** μιας χώρας.

Εργατικό Δυναμικό = Αριθμός απασχολουμένων + Αριθμός ανέργων

Τα άτομα εκείνα που δεν μπορούν να εργαστούν, για παράδειγμα μικρά παιδιά, ηλικιωμένοι, ασθενείς, στρατιώτες κ.ά. δεν ανήκουν στο εργατικό δυναμικό.

Υπάρχουν όμως και άτομα τα οποία μπορούν να εργαστούν, αλλά για διάφορους λόγους δεν θέλουν και δεν ψάχνουν για εργασία. Αυτά τα άτομα ονομάζονται **άεργοι**.

Όλες οι χώρες κάθε μήνα εξετάζουν την πορεία των δεικτών απασχόλησης και ανεργίας ως δείκτες οικονομικής υγείας.

Άεργοι είναι τα άτομα που μπορούν και δεν θέλουν να εργαστούν.

Ανεργία είναι η κατάσταση που καταγράφεται σε μια οικονομία, όταν μέλη του εργατικού δυναμικού της, ενώ είναι ικανά, πρόθυμα και διαθέσιμα να εργασθούν, δεν μπορούν να βρουν εργασία.

Σε μια οικονομία, ακόμη και αν βρίσκεται σε πλήρη απασχόληση, κάποιοι θα αποχωρούν από τις θέσεις τους ψάχνοντας μια καλύτερη ή μια διαφορετική εργασία, κάποιοι πτυχιούχοι θα ψάχνουν για εργασία μετά την αποφοίτησή τους κ.λπ. Το φαινόμενο αυτό είναι μόνιμο σε μια οικονομία και ονομάζεται **ανεργία τριβής**.

Ανεργία είναι η κατάσταση που καταγράφεται σε μια οικονομία, όταν μέλη του εργατικού δυναμικού της, ενώ είναι ικανά, πρόθυμα και διαθέσιμα να εργασθούν, δεν μπορούν να βρουν εργασία.

Τα άτομα που είναι εγγεγραμμένα στις καταστάσεις ανέργων για χρονικό διάστημα πέραν των 12 μηνών είναι οι **μακροχρόνια άνεργοι**.

Με βάση τα ισχύοντα, στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προκειμένου κάποιος πολίτης να χαρακτηριστεί άνεργος, πρέπει να συντρέχουν αθροιστικά οι παρακάτω τρεις προϋποθέσεις:

1. Ο πολίτης να θέλει να εργασθεί
2. Ο πολίτης να είναι σε θέση να εργασθεί, να είναι δηλαδή ικανός να προσφέρει εργασία
3. Ο πολίτης να ψάχνει ενεργά για εξεύρεση εργασίας.



JOB CENTER

5.7.1 ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ

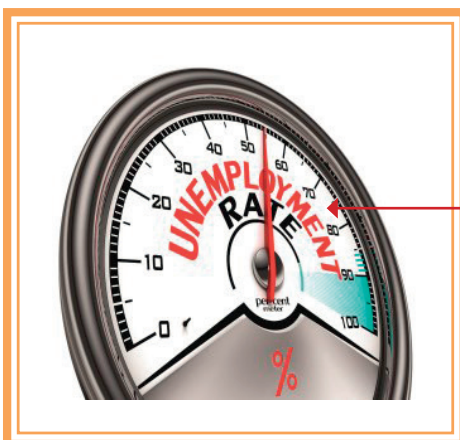
Το μέγεθος της ανεργίας μπορεί να μετρηθεί ως απόλυτο μέγεθος, για παράδειγμα 30 000 άνεργοι. Η σημασία όμως του αριθμού αυτού εξαρτάται από το μέγεθος του εργατικού δυναμικού. Για αυτό η ανεργία μετριέται ως ποσοστό (%) του εργατικού δυναμικού.

$$\text{Ποσοστό ανεργίας} = \frac{\text{Αριθμός ανέργων}}{\text{Εργατικό δυναμικό}} \times 100$$

Για παράδειγμα, αν το εργατικό δυναμικό είναι 600.000 και οι άνεργοι 30.000, το ποσοστό ανεργίας είναι:

$$\text{Ποσοστό ανεργίας} = \frac{(30.000)}{(600.000)} \times 100 = 5\%$$

Το ποσοστό ανεργίας μπορεί να διαφέρει από περίοδο σε περίοδο, επειδή μεταβάλλεται ο αριθμός των ανέργων ή του εργατικού δυναμικού ή και των δύο. Ένα ποσοστό ανεργίας 2-3% του εργατικού δυναμικού θεωρείται φυσιολογικό.



UNEMPLOYMENT
RATE %

5.7.2 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ

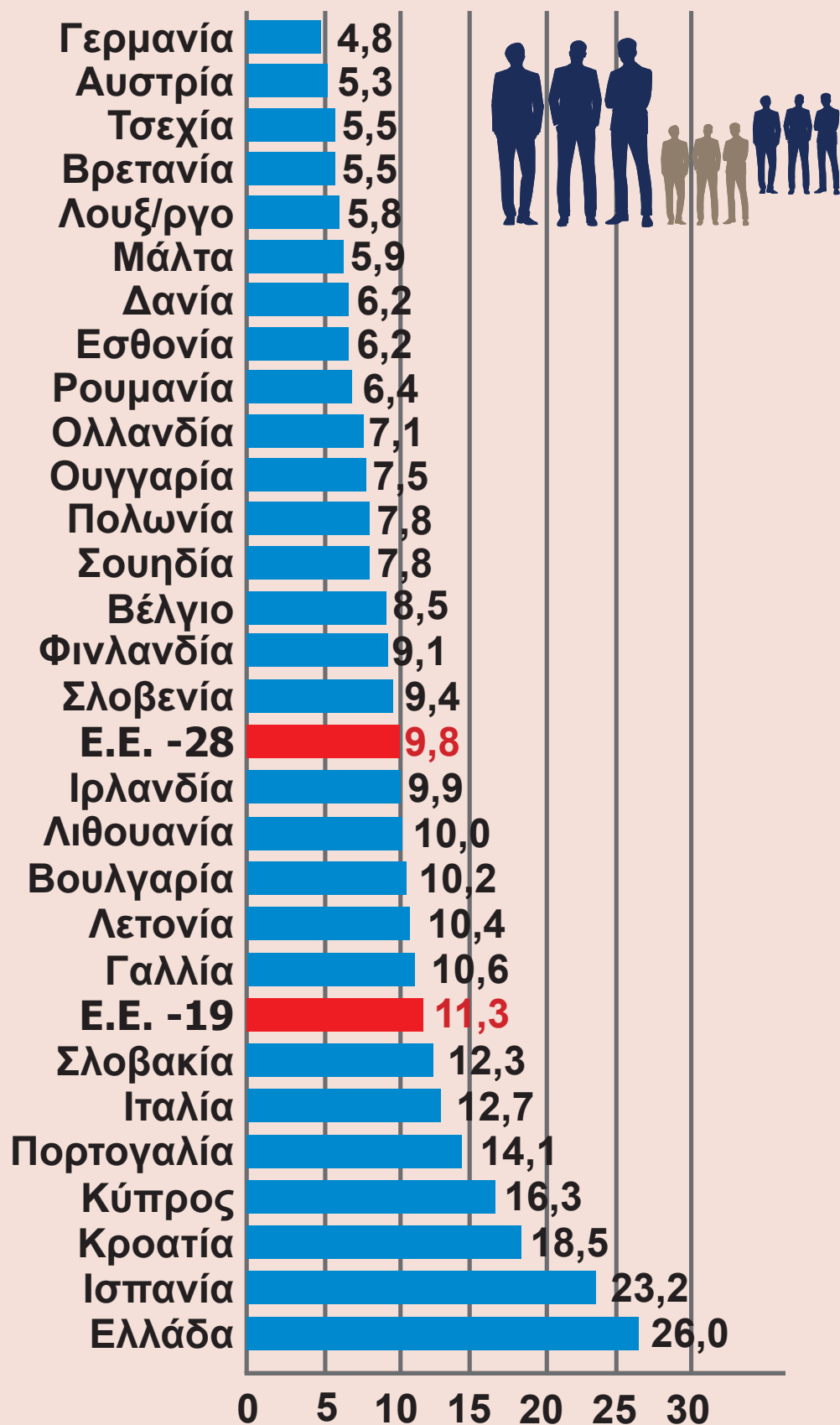
Η ανεργία έχει τις πιο κάτω οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις:

1. Απώλεια ανθρώπινου δυναμικού που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί στην παραγωγική διαδικασία
2. Απώλεια εισοδήματος για τον άνεργο και την οικογένειά του και κατ' επέκταση χειροτέρευση του βιοτικού του επιπέδου
3. Ανεπιθύμητα κοινωνικά φαινόμενα, όπως εγκληματικότητα, διαζύγια, αλκοολισμός κ.ά.
4. Επιβάρυνση του κρατικού προϋπολογισμού, λόγω της παροχής των εισοδημάτων ανεργίας προς τους ανέργους.

ΠΟΣΟΣΤΑ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ					
1990	1995	2000	2005	2010	2015
7,0	9,4	11,4	10,0	12,7	24,9

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επισκόπηση της έρευνας εργατικού δυναμικού: 1981 – 2015

Ποσοστό ανεργίας στην Ε.Ε. Φεβρουάριος 2015 (%)



Eurostat statistics

5.8 ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

Στη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου (εβδομάδα, μήνας, έτος), οι τιμές κάποιων προϊόντων αυξάνονται πολύ, κάποιων άλλων λιγότερο ή καθόλου και ίσως σε μερικά προϊόντα παρατηρηθεί μείωση τιμών. Για να μετρηθεί ο πληθωρισμός λαμβάνονται υπόψη όλες αυτές οι μεταβολές τιμών ή, όπως αλλιώς λέγεται, **οι μεταβολές στο γενικό επίπεδο των τιμών.**

Τι θα σας κοστίσει πραγματικά να ξεπληρώσετε το δάνειό σας; Τι θα μπορούν να αγοράσουν με τις αποταμιεύσεις τους οι γονείς σας όταν συνταξιοδοτηθούν; Οι απαντήσεις εξαρτώνται από το πώς θα διαμορφωθεί το γενικό επίπεδο τιμών.

Μια προσωρινή αύξηση στις τιμές των αγαθών, δεν θεωρείται πληθωρισμός.

Πληθωρισμός είναι η αύξηση του γενικού επιπέδου των τιμών.

Πληθωρισμός είναι η διαρκής αύξηση του γενικού επιπέδου των τιμών.

Ο πληθωρισμός όταν διατηρείται σε χαμηλά επίπεδα δεν είναι ανησυχητικός και δεν δημιουργεί σοβαρά προβλήματα. Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα θεωρεί ότι ετήσιος πληθωρισμός μέχρι 2% δεν είναι ανησυχητικός. Όταν όμως η αύξηση των τιμών ξεπερνά το 2%, αρχίζουν να παρουσιάζονται προβλήματα στην οικονομία. Με τον πληθωρισμό μειώνεται η αγοραστική αξία του χρήματος.

Ας υποθέσουμε ότι ένα άτομο έχει σήμερα €1 και μπορεί να αγοράσει μια σοκολάτα που η τιμή της είναι ακριβώς €1. Η πραγματική αξία του νομίσματος του €1 είναι ακριβώς ίση με την αξία της σοκολάτας.

Αν μετά από ένα χρόνο το άτομο αυτό έχει πάλι €1, αλλά η τιμή της σοκολάτας είναι €1,20, δεν θα μπορεί να την αγοράσει. Η αξία του €1 τώρα είναι μικρότερη από την αξία της σοκολάτας. Δηλαδή, το €1 έχασε μέρος της αγοραστικής του αξίας. Ο καταναλωτής αυτός λοιπόν, αν και το εισόδημά του παρέμεινε σταθερό, δεν μπορεί να ικανοποιήσει στον ίδιο βαθμό τις ανάγκες του για προϊόντα και υπηρεσίες.



Αποπληθωρισμός είναι η μείωση του επιπέδου των τιμών για παρατεταμένο χρονικό διάστημα.

**Αποπληθωρισμός
είναι η μείωση του επιπέδου των τιμών.**

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ- ΑΣΚΗΣΕΙΣ

1. Να σημειώσετε τη σωστή απάντηση:

Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) είναι:

- α) Η συνολική αξία των τελικών αγαθών και υπηρεσιών
- β) Το σύνολο των εισοδημάτων των παραγωγικών συντελεστών που ανήκουν στους μόνιμους κατοίκους της χώρας
- γ) Η συνολική αξία των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται μέσα σε μια χώρα σε ένα έτος
- δ) Τίποτα από όλα αυτά.

2. Να σημειώσετε ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ:

Για να υπολογίσουμε το κατά κεφαλήν εισόδημα διαιρούμε:

- α) Το Α.Ε.Π. με τους απασχολούμενους.....
- β) Τους ανέργους με το Α.Ε.Π
.....
- γ) Το Α.Ε.Π. με το σύνολο του πληθυσμού της χώρας
.....
- δ) Το σύνολο του πληθυσμού με τους ανέργους
.....

3. Αν το ΑΕΠ της χώρας Α είναι 18 δισεκατομμύρια και ο συνολικός πληθυσμός 800 000. Να υπολογίσετε το κατά κεφαλήν εισόδημα.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Να σημειώσετε ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ:

- α) Κατά κεφαλήν εισόδημα είναι το εισόδημα που αναλογεί σε κάθε εργαζόμενο άτομο
- β) Το Εγχώριο Εισόδημα είναι πάντοτε ίσο με το Εγχώριο Προϊόν
- γ) Τα κέρδη από την παράνομη εισαγωγή καπνών συμπεριλαμβάνονται στο Α.Ε.Π
- ε) Αν δύο χώρες έχουν το ίδιο κατά κεφαλήν εισόδημα, σημαίνει πως έχουν και το ίδιο βιοτικό επίπεδο
- στ) Το κατά κεφαλήν Α.Ε.Π. παρέχει πιστή εικόνα της ευημερίας ενός λαού.

5. Να ερευνήσετε στο διαδίκτυο και να βρείτε:

α) Τις πέντε χώρες με το ψηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα

.....

.....

.....

.....

.....

β) Τις πέντε χώρες με το χαμηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα.

.....

.....

.....

.....

.....

6. Να δώσετε τον ορισμό της έννοιας «βιοτικό επίπεδο».

.....

.....

.....

.....

.....

7. Να αναφέρετε τους κυριότερους παράγοντες που προσδιορίζουν το βιοτικό επίπεδο μιας χώρας;

.....

.....

.....

.....

.....

8. Ποιο κριτήριο χρησιμοποιείται συνήθως για να συγκρίνουμε το βιοτικό επίπεδο μεταξύ δύο χωρών; Πόσο αξιόπιστη είναι μια τέτοια σύγκριση;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

9. Να διατυπώσετε και να αιτιολογήσετε την άποψή σας για την πιο κάτω πρόταση: «Οι χώρες που δαπανούν μεγάλα ποσά για στρατιωτικούς εξοπλισμούς χειροτερεύουν το βιοτικό επίπεδο του λαού τους».

.....

.....

.....

.....

.....

.....

10. Στις χώρες Α και Β οι άνθρωποι εργάζονται περίπου τις ίδιες ώρες. Εντούτοις, στη χώρα Β το βιοτικό επίπεδο είναι αρκετά ψηλότερο. Να αναφέρετε δύο πιθανούς λόγους.

α)

.....

.....

β)

.....

.....

11. Να διατυπώσετε και να αιτιολογήσετε την άποψή σας για την πιο κάτω πρόταση: «Οι βιομηχανικές χώρες που δεν παίρνουν μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος χειροτερεύουν το βιοτικό επίπεδο του λαού τους».

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



12. Να υπογραμμίσετε τη σωστή απάντηση:

Το εργατικό δυναμικό περιλαμβάνει:

- α) Μόνο τους εργοδοτούμενους και τους εργοδό-
τες
- β) Μόνο τους εργαζόμενους και τους απεργού-
ντες
- γ) Μόνο τους εργαζόμενους και τους άνεργους
- δ) Μόνο τους εργαζόμενους και τους άεργους.

13. Να υπογραμμίσετε τη σωστή απάντηση:

Άνεργοι είναι:

- α) Όσοι δεν μπορούν να εργαστούν
- β) Όσοι δεν θέλουν να εργαστούν
- γ) Όλοι όσοι δεν εργάζονται
- δ) Όσοι μπορούν και θέλουν να εργαστούν,
αλλά δε βρίσκουν δουλειά.

14. Αν σε μια χώρα οι άνεργοι είναι
70.000, οι απασχολούμενοι 358.000 και το σύνολο
του πληθυσμού είναι 900.000, να υπολογίσετε το
ποσοστό ανεργίας.

.....
.....

.....

.....

.....

15. Σε μια οικονομία οι απασχολούμενοι είναι 80 εκ., οι άνεργοι είναι 20 εκ. και οι άεργοι είναι 5 εκ. Το ποσοστό ανεργίας είναι:

α) 13,3%

β) 25%

γ) 20%

δ) 23,5%

16. Να υπογραμμίσετε τη σωστή απάντηση:

Πληθωρισμός είναι:

α) Αύξηση στις τιμές των αγαθών κατά 5%

β) Μείωση του γενικού επιπέδου των τιμών

γ) Προσωρινή αύξηση τιμών

δ) Αύξηση στο γενικό επίπεδο των τιμών λόγω Χριστουγέννων

ε) Αύξηση στο γενικό επίπεδο των τιμών για παρατεταμένο χρονικό διάστημα

ζ) Μείωση στο γενικό επίπεδο των τιμών για παρατεταμένο χρονικό διάστημα.

17. Να ερευνήσετε στο διαδίκτυο και να συγκρίνετε τα ποσοστά πληθωρισμού της Ελλάδας με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές Χώρες.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. (2007). Σταθερότητα των τιμών. Retrieved February 2, 2016 from https://www.ecb.europa.eu/home/pdf/students/booklet_el.pdf

Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. (2007). Τι είναι πληθωρισμός. Retrieved February 2, 2016 from <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.el.html>

Κέντρο Παραγωγικότητας Κύπρου.(n.d.). Μάθετε για την παραγωγικότητα. Retrieved December 12, 2015 from http://www.mlsi.gov.cy/mlsi/kepa/kepa_new.nsf/kepa09_gr/kepa09_gr?OpenDocument

Κώττη Γ. Χ. & Κώττη Πετράκη Α. (2008). Σύγχρονη Μικροοικονομική (Γ' Έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Ε. Μπένου.

Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων.(2008). Στοιχεία Οικονομικής Θεωρίας. Retrieved October 30, 2015 from <http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3089/895.pdf>

Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού Κύπρου (2007), Στοιχεία Οικονομικών– Εμπορικών Α' Ενιαίου Λυκείου, Υπηρεσία Ανάπτυξης Προγραμμάτων, Λευκωσία.

ΑΓΓΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Anderton, Alain.(2001), Economics for GCSE, Second Edition

Dahl, Roald. The BFG (1982), New York: Farrar, Straus and Giroux.

GREGORY N. MANKIW & MARK P. TAYLOR: Αρχές Οικονομικής Θεωρίας. Gutenberg Αθήνα 2010

HEARN JOHN: AS/A - LEVEL Economics Essential Word Dictionary. Leicester 2000

JONES Rob: Edexcel IGCSE Economics. First edition. Pearson Education Ltd 2001

PARKIN POWELL MATTHEWS: Economics eighth edition England 2012

[http://www.economicsonline.co.uk/Competitive markets/The_economic_problem.html](http://www.economicsonline.co.uk/Competitive_markets/The_economic_problem.html)

SLOMAN JOHN: Essentials of Economics. Second edition. Pearson Education Ltd 2001

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/business-english/economic-activity>

[www.schools.ac.cy/eyliko/mesi/.../geo_mesi_b_tomeis paragogis.pdf](http://www.schools.ac.cy/eyliko/mesi/.../geo_mesi_b_tomeis_paragogis.pdf)

<http://www.investopedia.com/terms/c/capital>

<http://cyprustimes.com/economy-times/2015>

<http://www.euretirio.com/oligopolio/>

<http://www.euretirio.com/monopoliakos-antagonismos/>

http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/economy_finance

[https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_\(PPP\)_per_capita#cite_note-3](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_(PPP)_per_capita#cite_note-3)

http://www.mariakappou.gr/analiseis_ennoiwn/docs

<http://www.mlsi.gov.cy/mlsi/kepa/kepa>

<http://epixeirisi.gr>

<ebooks.edu.gr/modules/ebook>

<ebooks.edu.gr>

<http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/labour>

<https://www.google.com.cy/>

<http://ec.europa.eu/eurostat/statistics>

https://www.google.com/search?q=%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%82+%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%B7%CF%82&rlz=1C1CHBF_enCY825CY825&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjLkJDY2tToAhViURUIHUbMCVYQ_AUoAXoE

https://www.google.com/search?q=%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%82+%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%B7%CF%82&rlz=1C1CHBF_enCY825CY825&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjLkJDY2tToAhViURUIHUbMCVYQ_AUoAXoE

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο	Τίτλος	Σελίδα
4	Αγορά – Σχηματισμός τιμών	5
5	Βασικά οικονομικά μεγέθη	51
	Βιβλιογραφία	87



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.