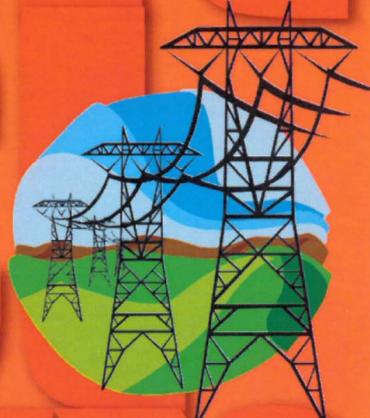
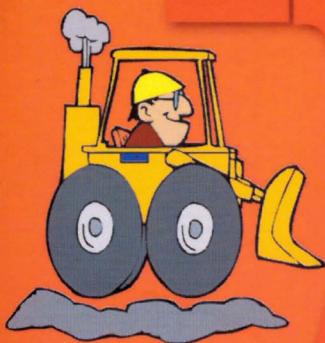


ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ

Επιχειρηματικότητα Νέων



η Επιχείρηση σε δράση



Σύμματος Επιχειρηματικότητα Νέων



ΧΡΥΣΟΥΝ ΜΕΤΑΛΛΙΟΝ
ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ ΑΘΗΝΩΝ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ

μέτι
χει
ριση
δε
Επιχειρηματικότητα Νέων
δρόμοι

ΑΘΗΝΑ 2007



ΣΩΜΑΤΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΝΕΩΝ

Πρόεδρος
Οδυσσέας Π. Κυριακόπουλος



Copyright - 1998 Junior Achievement
Inc., Colorado Springs,
Colorado, USA



Copyright - 2007 για την Ελλάδα,
Σωματείο Επιχειρηματικότητα Νέων

ISBN: 960-337-041-X

Η Επιχείρηση σε Δράση

Βιβλίο του Μαθητή

Το κείμενο αυτό είναι η ανατύπωση της δεύτερης έκδοσης στην ελληνική γλώσσα του βιβλίου:

«BUSINESS MATTERS»

Το βιβλίο προορίζεται να χρησιμοποιηθεί, ως υποστηρικτικό υλικό, στο Πρόγραμμα «Επιχειρηματικότητα Νέων», για την ενίσχυση και καλλιέργεια του πνεύματος της επιχειρηματικότητας των νέων, σε αριθμό σχολείων της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Τα κείμενα, τα οποία προέρχονται από υλικό του Junior Achievement International, μεταφράστηκαν από το Ίδρυμα Ευγενίδου, έγινε μια πρώτη επεξεργασία-προσαρμογή τους στην ελληνική πραγματικότητα σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων και η προσαρμογή συμπληρώθηκε με τη βοήθεια και την εποπτεία του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου.

Η ανατύπωση γίνεται με πρωτοβουλία των Σωματείων Επιχειρηματικότητα Νέων (ΣΕΝ), σε συνεργασία με το Ίδρυμα Ευγενίδου και με την ευγενική χορηγία της Citigroup Foundation.

Πίνακας Περιεχομένων

| | |
|--|----|
| Πρόλογος | 5 |
| Ορολογία | 6 |
| Η Αγορά του Καταναλωτή | 11 |
| Ανταγωνισμός - Τι σημαίνει για σας; | 12 |
| Ξεκινώντας μία Επιχείρηση | 14 |
| Επιχειρηματίες | 15 |
| Επιχειρηματικό Σχέδιο | 18 |
| Ανάλυση Κόστους μιας Πίτσας | 19 |
| Έξυπνα Βαμβακερά Μπλουζάκια | 21 |
| Προσφορά και Ζήτηση | 25 |
| Προβλήματα Προσφοράς και Ζήτησης | 31 |
| Διαφήμιση | 33 |
| Το Σχέδιο Προώθησης Πωλήσεων της Αθηνάς | 37 |
| Το Οικονομικό Κύκλωμα | 39 |
| Επιχειρηματική και Κοινωνική Ευθύνη | 41 |
| Ο Ρόλος του Κράτους στο Οικονομικό Κύκλωμα | 44 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΚΑΡΤΑ ΠΙΤΣΑΣ | 47 |

Πρόλογος

Το Πρόγραμμα αυτό σκοπό έχει να εκπαιδεύει νέους, ώστε να κατανοήσουν τη λειτουργία της αγοράς και των επιχειρήσεων, προκειμένου να βελτιώσουν την ποιότητα της ζωής τους.

Στα πλαίσια του Προγράμματος προβλέπονται κύκλοι μαθημάτων σχετικά με την οικονομία και τις επιχειρήσεις για μαθητές του Γυμνασίου, του Ενιαίου Λυκείου και των ΤΕΕ. Η ύλη των κύκλων είναι οργανωμένη κατά βοηθήματα.

Έτσι: το βοήθημα *Η Οικονομία και Εγώ* παρέχει τη δυνατότητα στους μαθητές να εκτιμήσουν τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντά τους, να διερευνήσουν προοπτικές σταδιοδρομίας, να διδαχθούν δεξιότητες για την αναζήτηση εργασίας και να εξασκήσουν προσωπική και οικογενειακή διαχείριση.

Το βοήθημα *Η Επιχείρηση σε Δράση* περιγράφει τα βασικά χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου οικονομικού συστήματος και το ρόλο των επιχειρήσεων σε αυτό.

Το βοήθημα *Παγκόσμια Αγορά* προετοιμάζει τους μαθητές ώστε να αντιληφθούν τον τρόπο με τον οποίο αυτοί συνδέονται, μέσω του εμπορίου, με ανθρώπους και πολιτισμούς ανά τον κόσμο.

Οιλογία



Ορολογία

Αγορά: Κάθε μέσο και τόπος για την πραγματοποίηση αγοραπωλησιών.

Αγοραστική Δύναμη: Η αξία του χρήματος υπολογιζόμενη με βάση όσα μπορεί κάποιος να αγοράσει με μία χρηματική μονάδα.

Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ): Η συνολική αξία των τελικών αγαθών και των υπηρεσιών που παράγει η οικονομία μίας χώρας σ' ένα έτος.

Ανεργία: Η κατάσταση της οικονομίας στην οποία υπάρχουν άτομα που θέλουν και μπορούν να εργαστούν αλλά δεν βρίσκουν απασχόληση.

Ανταγωνισμός: Είναι η άμιλλα μεταξύ των επιχειρήσεων ως προς την ποιότητα, την τιμή του προϊόντος κ.ά. ώστε να κερδίσουν μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά.

Ανώνυμη Εταιρεία: Μία επιχείρηση που ανήκει σε δυο ή περισσότερους μετόχους, οι οποίοι ευθύνονται για τις υποχρέωσεις της εταιρείας μέχρι του ποσού που έχουν επενδύσει σ' αυτήν. Το κεφάλαιό της χωρίζεται σε ίσα μέρη (μετοχές).

Αόριστη Διάρκεια (εταιρείας): Ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα Ανώνυμης Εταιρείας, που της δίνει τη δυνατότητα να συνεχίσει τη λειτουργία της ακόμη και μετά το θάνατο των μετόχων της.

Απόδοση: Ό,τι αποφέρει μία επένδυση, εκφρασμένο ως ποσοστό.

Ατομική Ιδιοκτησία: Το δικαίωμα που έχει κάθε άτομο να κατέχει γη, κτή - ρια ή αγαθά. Περιλαμβάνεται επίσης η πνευματική ιδιοκτησία, όπως οι στίχοι ενός τραγουδιού, ένα πρόγραμμα υπολογιστή ή τα σχέδια μίας νέας ανακάλυψης.

Δασμός: Η επιβολή ενός φόρου στις εξαγωγές.

Δήλωση Εισοδήματος: Οικονομική δήλωση που συνοψίζει τις αποδοχές, τις δαπάνες και τα κέρδη ή τις ζημίες.

Δημοσιονομική Πολιτική: Σύνολο μέτρων με τα οποία το κράτος παρεμβαίνει στην οικονομία με τη φορολογία και τις κρατικές δαπάνες με στόχο τη σταθεροποίηση της οικονομίας.

Διανομή: Διαδικασία μεταφοράς αγαθών και υπηρεσιών από τον παραγωγό στον καταναλωτή.

Διευθυντές (μάνατζερ): Οι άνθρωποι που είναι υπεύθυνοι για την οργάνωση, τον έλεγχο και τη λειτουργία μίας επιχείρησης.

Εισόδημα: Το σύνολο των αμοιβών που λαμβάνει κάποιος για τη συμμετοχή του στην παραγωγική διαδικασία (κέρδη, μισθοί, τόκοι, ενοίκια).

Ενεργητικό Στοιχείο: Ο, τιδήποτε αξίας που ανήκει σε ιδιώτες ή επιχειρήσεις.

Ενοίκιο: Πληρωμή για τη χρήση ακινήτων ή κινητών αγαθών.

Εξειδίκευση: Επικέντρωση στην παραγωγή εκείνων των αγαθών και υπηρεσιών, στις οποίες κάποιος είναι περισσότερο αποτελεσματικός.

Επένδυση: Η δαπάνη για την απόκτηση καινούργιου κεφαλαίου, όπως τα εργοστάσια και ο μηχανολογικός εξοπλισμός.

Επίπεδο Ζωής: Ποιότητα ζωής με κριτήριο το είδος και την ποσότητα των υλικών αγαθών που κατέχει κάποιος.

Επιτόκιο: Το ποσό του τόκου για κάθε 100 Ευρώ [Νομισματικές Μονάδες (Ν.Μ.)] που καταθέτονται ή δανείζονται για ένα έτος.

Επιχειρηματίας: Άτομο το οποίο συστήνει μία επιχείρηση με την προσδοκία κέρδους.

Επιχορήγηση: Οικονομική ενίσχυση, η οποία παρέχεται συχνά από την κυβέρνηση, επιδιώκοντας να ενισχύσει την παραγωγή συγκεκριμένων προϊόντων.

Ζήτηση: Η ποσότητα ενός συγκεκριμένου αγαθού ή μίας υπηρεσίας, την οποία οι καταναλωτές επιθυμούν και μπορούν να αγοράσουν για κάθε επίπεδο τιμής σε μία χρονική περίοδο.

Ισολογισμός: Οικονομική έκθεση που συνοψίζει τα περιουσιακά στοιχεία, τις υποχρεώσεις και την καθαρή θέση μίας εταιρείας.

Ιδιοκτήτης Ατομικής Επιχειρήσεως: Ένα άτομο που κατέχει και λειτουργεί μία επιχείρηση.

Καθαρές Εξαγωγές: Η διαφορά μεταξύ της αξίας των εξαγωγών και των εισαγωγών μίας χώρας.

Καινοτομία: Η εισαγωγή ενός νεοτερισμού στην παραγωγή ή στη διανομή των αγαθών ή των υπηρεσιών.

Κατανάλωση: Η συνολική δαπάνη για την αγορά αγαθών. Επίσης, η χρησιμοποίηση ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας.

Καταναλωτής: Ο χρήστης των αγαθών ή των υπηρεσιών.

Κεφάλαιο: Ο, τιδήποτε δημιουργείται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

Κοινή Μετοχή: Ο κάτοχός της έχει το δικαίωμα να μοιράζεται τα κέρδη της εταιρείας, να έχει απαίτηση στα στοιχεία του ενεργητικού και να είναι ιδιοκτήτης μέρους της Α.Ε.

Κόστος Ευκαιρίας: Τα αγαθά και οι υπηρεσίες που πρέπει να θυσιασθούν προκειμένου να παραχθεί μία μονάδα ενός άλλου αγαθού.

Μέρισμα: Το τμήμα των εταιρικών κερδών που διανέμεται στους μετόχους της Α.Ε.

Μεταβλητά Έξοδα (Κόστος): Οι δαπάνες που μεταβάλλονται ανάλογα με τον όγκο της παραγωγής.

Μετοχή: Τίτλος που αντιπροσωπεύει μέρος της ιδιοκτησίας σε μία Ανώνυμη Εταιρεία.

Μη Διανεμηθέντα Κέρδη: Καθαρά κέρδη που δεν διανέμονται στους μετόχους και επανεπενδύονται στην εταιρεία.

Μισθοί: Αμοιβή για την παροχή εργασίας για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.

Μονοπώλιο: Αγορά όπου υπάρχει μόνον ένας πωλητής ενός προϊόντος.

Νομισματική Πολιτική: Σύνολο μέτρων με τα οποία το κράτος, μέσω της κεντρικής τράπεζας, ρυθμίζει την ποσότητα χρήματος που κυκλοφορεί, τις πιστώσεις και τα επιτόκια.

Οικονομία: Η μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι κατανέμουν τους περιορισμένους πόρους για την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών τους.

Οικονομία της Αγοράς: Ένα οικονομικό σύστημα, στο οποίο η αλληλεπίδραση της προσφοράς και της ζήτησης καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο παράγονται και διανέμονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες.

Οικονομικοί Κύκλοι: Περιοδικές διακυμάνσεις στην οικονομία που χαρακτηρίζονται από εναλλαγές ανόδου και ύφεσης.

Οικονομικό Σύστημα: Περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο η οικονομία παράγει και διανέμει αγαθά και υπηρεσίες.

Οικονομικοί Δείκτες: Στατιστικές μετρήσεις της κατάστασης μίας οικονομίας.

Ομόλογο: Τίτλος που αντιπροσωπεύει ένα μακροπρόθεσμο κρατικό ή εταιρικό δανεισμό.

Παραγωγή: Η διαδικασία μετατροπής πόρων σε αγαθά ή υπηρεσίες.

Παραγωγικότητα: Το παραγόμενο προϊόν ανά μονάδα παραγωγικού συντελεστή που χρησιμοποιήθηκε για την παραγωγή του, συνήθως της εργασίας.

Πελάτης: Ο αγοραστής των αγαθών ή των υπηρεσιών.

Περιορισμένη Ευθύνη: Το χαρακτηριστικό που προστατεύει τους μετόχους από το να είναι υπόχρεοι για τα χρέη της επιχείρησής τους με την πρωτική τους περιουσία.

Περιουσία: Η συνολική αξία όσων κατέχει κάποιος (κινητά και ακίνητα).

Πληθωρισμός: Φαινόμενο της γενικής αύξησης των τιμών.

Ποσοστό Ανεργίας: Ποσοστό του εργατικού δυναμικού που δεν βρίσκει απασχόληση.

Προνομιούχος Μετοχή: Τίτλος που αντιπροσωπεύει ιδιοκτησία σε μία Ανώνυμη Εταιρεία. Αν μία Ανώνυμη Εταιρεία επρόκειτο να πάψει να λειτουργεί, ο κάτοχος των προνομιούχων μετοχών θα ελάμβανε το μερίδιό του, πριν από τον ιδιοκτήτη κοινών μετοχών.

Προσφορά: Η ποσότητα ενός αγαθού ή υπηρεσίας που είναι πρόθυμοι να πωλήσουν οι παραγωγοί για κάθε επίπεδο τιμής σε μία δεδομένη χρονική περίοδο.

Προσωπική Εταιρεία: Μία επιχείρηση η οποία ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα και στηρίζεται στη φυσική οντότητα των εταίρων.

Προϋπολογισμός: Σχεδιασμός αποταμίευσης ή δαπάνης εισοδήματος. Ένας προϋπολογισμός είναι ισοσκελισμένος όταν οι δαπάνες μαζί με τις αποταμιεύσεις είναι ίσες με το εισόδημα.

Προώθηση Προϊόντων (μάρκετινγκ): Αφορά στις επιχειρηματικές δραστηριότητες που μεσολαβούν μεταξύ της παραγωγής και της κατανάλωσης (περιλαμβάνει την αγορά, ταξινόμηση, συσκευασία, αποθήκευση και χρηματοδότηση).

Σταθερά Έξοδα (Κόστος): Δαπάνες που παραμένουν σταθερές ανεξάρτητα από το ύψος της παραγωγής που πραγματοποιεί μία επιχείρηση.

Στεγαστική Πίστη: Μακροπρόθεσμος δανεισμός που χρησιμοποιείται για τη χρηματοδότηση κατοικιών.

Συντελεστές Παραγωγής: Φυσικοί, ανθρώπινοι, κεφαλαιακοί πόροι που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών (έδαφος, εργασία, κεφάλαιο).

Τιμή Ισορροπίας: Η τιμή στην οποία η ποσότητα των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγονται και προσφέρονται είναι ίση με την ποσότητα των αγαθών που ζητούν να αγοράσουν οι αγοραστές.

Τόκος: Αμοιβή του δανειοδότη για τη χρήση των χρημάτων του από κάποιον άλλον, για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Υλικά Αγαθά: Οικονομικά αγαθά που έχουν υλική υπόσταση.

Υπηρεσίες: Άυλα οικονομικά αγαθά, π.χ. υπηρεσίες των δικηγόρων, των γιατρών, των ηθοποιών κλπ.

Υποχρεώσεις: Ποσά που οφείλουν οι ιδιώτες ή οι επιχειρήσεις.

Ύφεση: Μία περίοδος οικονομικής κάμψης. Συχνά συνοδεύεται από αύξηση της ανεργίας και μείωση της κατανάλωσης.

Φόρος: Υποχρεωτική εισφορά στο κράτος από τους πολίτες και νομικά πρόσωπα (εταιρείες) μιας χώρας.

Χρεόγραφα: Μετοχές και ομολογίες.

Χρήμα: Ο, τιδήποτε είναι γενικά αποδεκτό για την απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών.



Η Αγορά του Καταναλωτή

Ασκούν οι επιχειρήσεις επίδραση στον τρόπο ζωής σας; Στην περίπτωση που δεν εργάζεστε, πιθανότατα θα απαντήσετε: «Όχι, καθόλου». Αν όμως σκεφθείτε για δυο λεπτά την ερώτηση, θα συνειδητοποιήσετε ότι οι επιχειρήσεις παιζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην καθημερινή σας ζωή. Οι επιχειρήσεις παρέχουν την τροφή που τρώτε, τα ρούχα που φοράτε, τη μουσική που ακούτε κ.ά.

Ωστόσο οι έφηβοι, όπως εσείς, επηρεάζουν και αυτοί με τη σειρά τους τις επιχειρήσεις. Κάθε χρόνο και οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους εργάζονται σκληρά προκειμένου να παράγουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα αγοράσετε εσείς.

Η παρακάτω δραστηριότητα θα σας βοηθήσει να κατανοήσετε τη σημασία των επιχειρήσεων για εσάς και την οικογένειά σας.



Εργαστείτε με τα μέλη της ομάδας σας για να απαντήσετε στις ακόλουθες ερωτήσεις. Καταγράψτε όσα περισσότερα αγαθά ή υπηρεσίες μπορείτε.

1. Καταγράψτε πέντε αγαθά ή υπηρεσίες, που θα αγοράζατε αν διαθέτατε 20 Ευρώ.
3. Καταγράψτε πέντε αγαθά ή υπηρεσίες, που θα αγοράζατε αν διαθέτατε 1.000 Ευρώ ή περισσότερα.

2. Καταγράψτε πέντε αγαθά ή υπηρεσίες, που αγόρασε τον προηγούμενο μήνα η οικογένειά σας και της ήταν απαραίτητα.
4. Καταγράψτε πέντε αγαθά ή υπηρεσίες, χωρίς τα οποία δεν θα μπορούσατε να ζήσετε.

Ανταγωνισμός - Τι Σημαίνει για Σας;

Κατά τη δεκαετία του 1950, ένα ζευγάρι πάνινα παπούτσια αποτελούσαν μία φθηνή λύση για τις δραστηριότητες των παιδιών. Οι έφηβοι ωστόσο δεν τα χρησιμοποιούσαν παρά μόνο για να παίξουν μπάσκετ ή για κάποιο άλλο αθλήμα.



Στις μέρες μας οι (Reebok, Nike, Adidas ή οι διάφοροι άλλοι) κατασκευαστές αθλητικών παπούτσιών ξοδεύουν εκατομμύρια Ευρώ ή δολάρια διαφημίζοντας και βελτιώνοντας τα παπούτσια, τα οποία απευθύνουν σε αθλητές έφηβους και ενήλικες. Τα παπούτσια με αερόσολες, ή με αεραγωγούς κλπ. ανταγωνίζονται για να τα αγοράσετε.

Πόσο συχνά φοράτε αθλητικά παπούτσια στο σχολείο κατά τη διάρκεια μίας εβδομάδας;

Ποιας εταιρείας παπούτσια προτιμάτε; Για ποιο λόγο;

Ποιο είδος παπούτσιών προτιμάτε;

Προτιμάτε να τα φοράτε εξαιτίας της εμφάνισης και της άνεσής τους ή πιστεύετε ότι σας κάνουν καλύτερο αθλητή;

Οι Ευρωπαίοι ξόδεψαν δισεκατομμύρια Ευρώ για αθλητικά παπούτσια το 2001. Ο ανταγωνισμός για τα χρήματά σας είναι έντονος.

Ποιες στρατηγικές χρησιμοποιούν οι (Nike, Reebok κ.ά.) εταιρείες προκειμένου να ανταγωνιστούν για τα χρήματά σας;

Επωφελείσθε εσείς από αυτό τον ανταγωνισμό; Με ποιο τρόπο ή γιατί όχι;

Ποιες άλλες επιχειρήσεις ανταγωνίζονται για τα χρήματα των εφήβων;

Ποιες στρατηγικές χρησιμοποιούν προκειμένου να τραβήξουν την προσοχή σας;

Στα αθλήματα ο ανταγωνισμός συνήθως δυσκολεύει το έργο σας. Οι μαθητές που θέλουν να πάρουν άριστα στα γραπτά διαγωνίσματα, ανταγωνίζονται μεταξύ τους για το ποιος θα είναι ο καλύτερος. Ο ανταγωνισμός μπορεί

να μας κάνει περισσότερο δυνατούς, εξυπνότερους, γρηγορότερους και περισσότερο δημιουργικούς. Οι εταιρείες κατασκευής παπουτσιών ανταγωνίζονται μεταξύ τους για το ποια θα είναι η καλύτερη; Τι είναι αυτό που θα μπορούσε να κάνει μία εταιρεία καλύτερη από κάποια άλλη;

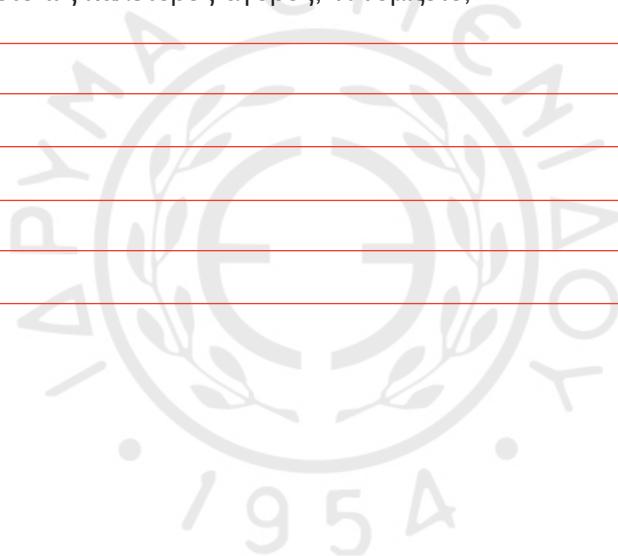
Η ποιότητα των υλικών και της εργασίας που χρησιμοποιεί.

Το στυλ που χρησιμοποιεί.

Ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνεται τις ανάγκες των πελατών της.

Οι τιμές τις οποίες χρεώνει.

Ο ανταγωνισμός κάνει τις εταιρείες να έχουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για αυτό που εσείς επιθυμείτε να αγοράσετε; Χαρακτηρίζει τα προϊόντα που εσείς αγοράζετε ως καλύτερες αγορές; Τι νομίζετε;



Ξεκινώντας μία Επιχείρηση

Οδηγίες.



Συμπληρώστε τα κενά σε κάθε τμήμα με παραδείγματα που ταιριάζουν σε ό,τι θα χρειαζόσασταν προκειμένου να ξεκινήσετε μία επιχείρηση μπισκότων. Για παράδειγμα σημειώστε «φούρνος» κάτω από τον τίτλο πόροι.



ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ

Οι πελάτες σας ανταλλάσσουν τα χρήματά τους για την απόκτηση των προϊόντων σας.

ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Προσδιορίστε τουλάχιστον τρεις στόχους, τους οποίους θα πρέπει να ικανοποιήσετε αφού θα έχετε παραγεί τα προϊόντα σας πριν ακόμη τα αγοράσουν οι πελάτες σας.

ΠΟΡΟΙ

Προσδιορίστε τουλάχιστον πέντε ανθρώπους, υλικά ή υπηρεσίες που θα χρειαστείτε προκειμένου να λειτουργήσετε την επιχείρησή σας.

ΑΓΟΡΑ

Προσδιορίστε τουλάχιστον τρία είδη πελάτων της επιχείρησής σας.

ΙΔΕΑ

Οι επιχειρηματίες ξεκινούν από μία ιδέα.

ΚΕΡΔΟΣ

Τα χρήματα που σας απομένουν μετά την πληρωμή των διαφόρων εξόδων σας.

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| ΙΔΕΑ | ΑΓΟΡΑ | ΠΟΡΟΙ | ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ | ΚΕΡΔΟΣ |
| Οι επιχειρηματίες ξεκινούν από μία ιδέα. | Προσδιορίστε τουλάχιστον τρία είδη πελάτων της επιχείρησής σας. | Προσδιορίστε τουλάχιστον πέντε ανθρώπους, υλικά ή υπηρεσίες που θα χρειαστείτε προκειμένου να λειτουργήσετε την επιχείρησή σας. | Οι πελάτες σας ανταλλάσσουν τα χρήματά τους για την απόκτηση των προϊόντων σας. | Tα χρήματα που σας απομένουν μετά την πληρωμή των διαφόρων εξόδων σας. |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |

Επιχειρηματίες

Δεν έχουν περάσει πολλά χρόνια από τότε που οι υπολογιστές ήταν τεράστιες ηλεκτρονικές μηχανές και χρησιμοποιούνταν από τους επιστήμονες, τους μηχανικούς και τις μεγάλες επιχειρήσεις για να αποθηκεύουν πληροφορίες ή να πραγματοποιούν πολύπλοκους υπολογισμούς. Σήμερα, εκατομμύρια ανθρώπων χρησιμοποιούν προσωπικούς υπολογιστές, τόσο μικρούς που χωράνε σε ένα χαρτοφύλακα.

Στη δεκαετία του 1970 ο Steven Jobs χρησιμοποίησε τα χρήματα από την πώληση του παλιού του αυτοκινήτου για να κατασκευάσει τον πρώτο υπολογιστή Apple. Είχε την άποψη ότι οι άνθρωποι θα αγόραζαν υπολογιστές αν ήταν εύκολοι στη χρήση τους και η τιμή τους το επέτρεπε. Ο Jobs είχε δίκιο και η βιομηχανία προσωπικών υπολογιστών είχε γεννηθεί.

Ο Bill Gates είχε γοητευτεί από τους πρώτους προσωπικούς υπολογιστές. Αποφάσισε ωστόσο ότι το κλειδί για την επιτυχία τους θα ήταν η διαθεσιμότητα του εύχρηστου λογισμικού τους. Ίδρυσε μαζί με άλλους το 1975 την εταιρεία Microsoft η οποία σχεδίασε το βασικό λειτουργικό σύστημα της IBM και των υπολογιστών που ήταν συμβατοί με αυτή. Η εταιρεία έγινε η μεγαλύτερη εταιρεία λογισμικού και ο Bill Gates ο νεότερος δισεκατομμυριούχος.



Ο Gates και ο Jobs ήταν και οι δύο επιχειρηματίες. Ο όρος επιχειρηματίας χρησιμοποιείται συχνά για να περιγράψει όποιον λειτουργεί και κατέχει μία επιχείρηση. Ο αληθινός ωστόσο επιχειρηματίας είναι συνήθως αυτός που εφευρίσκει έναν καινούργιο ή έναν καλύτερο τρόπο παραγωγής ή πώλησης ενός προϊόντος. Είστε ενδεχομένως ήδη εξοικειωμένοι με μερικούς από τους πιο διάσημους επιχειρηματίες.

Μερικοί επιχειρηματίες αναπτύσσουν προϊόντα της καθημερινής μας ζωής.

- Ο ιδρυτής της ελληνικής εταιρείας μπισκότων Παπαδοπούλου ταξιδεύο - ντας από την Κωνσταντινούπολη ατμοπλοϊκώς για τη Μασσαλία είχε την ιδέα

της μαζικής παραγωγής μπισκότων. Στο λιμάνι του Πειραιά, όπου το πλοίο σταμάτησε για ανεφοδιασμό, ανακάλυψε ότι τότε στην ελληνική αγορά δεν υπήρχαν μπισκότα γιατί στα περίπτερα και στα καφενεία του λιμανιού ήταν άγνωστο το προϊόν που τους ζητούσε για να συνοδεύσει τον καφέ του. Τελικά δεν συνέχισε ποτέ το ταξίδι εκείνο και άρχισε την παραγωγή μπισκότων. Η οικογένεια έψηνε τα πρώτα μπισκότα στο φούρνο του σπιτιού της στον Κεραμεικό και τα διέθετε χύμα στην αγορά.

Άλλοι επιχειρηματίες αναπτύσσουν νέους τρόπους πώλησης προϊόντων.

- Ο Ray Kroc, ιδρυτής της εταιρείας McDonalds, δεν εφεύρε το σάντουιτς με μπιφτέκι, αλλά ανέπτυξε έναν καινούργιο τρόπο πώλησής του σε τεράστιες ποσότητες.

Πολλοί επιχειρηματίες εφευρίσκουν νέα προϊόντα ή νέες διαδικασίες.

- Ο Henry Ford γνώριζε ότι μπορούσε να παράγει αποτελεσματικότερα περισσότερα αυτοκίνητα χρησιμοποιώντας μία γραμμή συναρμολόγησης.
- Οι αδερφοί Kellogg ανέπτυξαν μεθόδους για την παραγωγή τραγανών νιφάδων από σιτάρι και καλαμπόκι.

Μερικοί επιχειρηματίες ξεκινούν σε νεαρή ηλικία.

- Όπως ο Bill Gates που προαναφέραμε.

Κάποιοι επιχειρηματίες ξεκινούν κυριολεκτικά από το μηδέν.

- Ο Αριστοτέλης Ωνάσης, πασίγνωστος Έλληνας μεγιστάνας, ξεκίνησε την επιχειρηματική του σταδιοδρομία από πολύ χαμηλά.

Πολλοί άνθρωποι νομίζουν ότι οι επιχειρηματίες είναι τυχεροί. Οι περισσότεροι από αυτούς όμως είναι δημιουργικοί και σκληρά εργαζόμενοι. Θα θέλατε να είστε εσείς ένας επιχειρηματίας;

Το να ξεκινήσει και να λειτουργήσει κάποιος μία μικρή επιχείρηση μπορεί να είναι κάτι το διασκεδαστικό. Θα σας δώσει την ευκαιρία να αξιοποιήσετε τη δημιουργικότητα και την ενέργειά σας προκειμένου να επιτύχετε τους στόχους σας. Ακόμη ίσως καταφέρετε να μετατρέψετε ένα χόμπι σας σε μία επιτυχημένη σταδιοδρομία.

Απαντήστε στις ακόλουθες ερωτήσεις.

- ▶ Σας αρέσει να συλλέγετε κάρτες ποδοσφαιριστών, να στολίζετε τα βαμβακερά σας μπλουζάκια με διάφορα σχέδια ή να μαγειρεύετε παράξενα φαγητά; Αυτά σας τα ενδιαφέροντα και πολλά άλλα ακόμη θα μπορούσαν να αποτελέσουν το αντικείμενο μίας επιχειρήσεως;
- ▶ Υπάρχει ίσως κάποια ανάγκη στη γειτονιά σας; Υπάρχουν άραγε μικρά παιδιά που χρειάζονται φροντίδα τα Σαββατοκύριακα ή νωρίς τα απογεύματα; Θα μπορούσατε να φροντίζετε ηλικιωμένους; Πώς θα σας φαινόταν αν βοηθούσατε στον καθαρισμό, τη συντήρηση ή το βάψιμο σπιτιών ή διαμερισμάτων; Μήπως οι γείτονές σας χρειάζονται κάποιον για να τους πλένει το αυτοκίνητο; Ή μήπως θα σας ενδιέφερε να καθαρίζετε παράθυρα, να ποτίζετε λουλούδια ή να συσκευάζετε δώρα;
- ▶ Έχετε τα χρήματα που χρειάζονται για να ξεκινήσετε; Πόσα χρήματα χρειάζεστε ώστε να ξεκινήσετε μία αξιόλογη επιχείρηση; Σκεφθείτε πόσα χρήματα θα χρειαστείτε προκειμένου να αγοράσετε τις προμήθειες και τα εργαλεία που σας χρειάζονται.
- ▶ Με ποιον τρόπο θα πληροφορήσετε τους ανθρώπους σχετικά με την επιχείρησή σας; Μία σύσταση από έναν ικανοποιημένο πελάτη σας θα είναι ασφαλώς η καλύτερη διαφήμιση, αλλά δεν μπορείτε να βασίζεστε μόνο σε κάτι τέτοιο. Σκεφθείτε να φτιάξετε ένα σήμα ή ένα διαφημιστικό.

Ξεκινήστε με κάτι μικρό και μην αποθαρρύνεστε. Αν διαθέτετε κάποιο προϊόν ή μια υπηρεσία που επιθυμούν οι άνθρωποι, θα σας βρουν εκείνοι. Από την άλλη μεριά, μην φοβάσθε να δοκιμάσετε μια καινούργια ιδέα, αν η πρώτη ιδέα σας δεν είχε επιτυχία. Οι πιο επιτυχημένοι επιχειρηματίες μαθαίνουν από τα λάθη τους και συνεχίζουν την προσπάθεια.

Επιχειρηματικό Σχέδιο

Σκεφθήκατε ποτέ να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση; Μπορεί βέβαια να είσαστε αρκετά νέοι για να εργαστείτε σε μία μεγάλη εταιρεία, ωστόσο δεν είσθε ποτέ πολύ νέοι για να ξεκινήσετε μία επιχείρηση. Σκεφθείτε ένα αγαθό ή μία υπηρεσία που θα μπορούσατε να παρέχετε και απαντήστε στις ακόλουθες ερωτήσεις. Πρόκειται να συντάξετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο!



Περιγράψτε την ιδέα σας για ένα αγαθό ή μία υπηρεσία. Τι είναι αυτό που την κάνει ξεχωριστή;

Ποιος θα ενδιαφερθεί να αγοράσει το αγαθό ή την υπηρεσία σας; Για ποιο λόγο; Αυτό είναι το αγοραστικό σας κοινό.

Με ποιον τρόπο θα βρείτε τα χρήματα που θα χρειαστείτε προκειμένου να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας;

Ποιους πόρους θα χρειαστείτε;

Με ποιον τρόπο θα πληροφορήσετε τους πελάτες σας ότι το αγαθό ή η υπηρεσία σας είναι διαθέσιμα; Θα χρειαστείτε ένα σχέδιο για την προώθηση του προϊόντος σας; Αυτό είναι το σχέδιο προώθησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας.

Εάν όλα πάνε καλά, θα έχετε κέρδη!

Ανάλυση Κόστους μίας Πίτσας

Μια πίτσα, όπως αυτές που συνήθως παραγγέλνομε στο σπίτι, παρασκευάζεται από διάφορα συστατικά που το καθένα από αυτά -ανεξάρτητα εάν το τρώτε ή όχι- έχει κάποιο κόστος. Δείτε πόσο κοστίζουν τα υλικά, οι επί πλέον επιβαρύνσεις και πώς διαμορφώνεται η τιμή πώλησής τους. Δώστε την εκτίμησή σας σχετικά με το καθαρό κέρδος της επιχείρησης Pizza Greca για κάθε μια πίτσα που πωλείται:

| Ανάλυση Κόστους μίας Πίτσας | | |
|---|------------------|---------------------------|
| Τιμή πώλησης | 5,88 Ευρώ | |
| Πρώτες ύλες | | % |
| A. Αλεύρι | 0,28 | |
| B. Δύο φέτες τυρί | 0,36 | |
| Γ. Δύο φέτες ζαμπόν | 0,48 | |
| Δ. Βούτυρο - λάδι | 0,12 | |
| Ε. Μισή μικρή ντομάτα | 0,20 | |
| ΣΤ. Μανιτάρια | 0,40 | |
| Ζ. Πιπεριές | 0,04 | |
| Η. Μία χάρτινη συσκευασία | 0,08 | |
| (Α-Η) Σύνολο πρώτων υλών | 1,96 | 43% (1,96/4,52) |
| 1. Εργασία (εργατικό κόστος) | 0,52 | |
| 2. Διοικητικό κόστος | 0,84 | |
| 3. Λειτουργικός εξοπλισμός (συντήρηση) | 0,12 | |
| 4. Διαφήμιση και προώθηση | 0,44 | |
| 5. Ενοίκιο / Φόροι και Δημοτικά τέλη | 0,28 | |
| 6. Ασφάλειες | 0,08 | |
| 7. Διάφορες δαπάνες | 0,24 | |
| (1-7) Σύνολο λοιπών εξόδων | 2,56 | 57% (2,56/4,52) |
| ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ | 4,52 | 77% |
| (Σύνολο πρώτων υλών και λοιπών εξόδων) | | (4,52/5,88) |
| ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ | 1,36 | 23% |
| (Περιθώριο κέρδους) | | (1,36/5,88) |



Προβληματισμοί.

Όπως βλέπετε, οι επιχειρήσεις έχουν ένα σωρό διαφορετικές δαπάνες. Η πιτσαρία θα πρέπει να πληρώσει για τα υλικά και τον ηλεκτρισμό, την ασφάλεια και τους φούρνους. Μερικές από αυτές τις δαπάνες ονομάζονται σταθερές δαπάνες ή σταθερό κόστος. Άλλες ονομάζονται μεταβλητές δαπάνες ή μεταβλητό κόστος.

Οι σταθερές δαπάνες παραμένουν οι ίδιες καθημερινά, ανεξάρτητα από τις πίτσες που παράγει η επιχείρηση. Οι μεταβλητές δαπάνες αυξάνονται ή μειώνονται ανάλογα με τον αριθμό των προϊόντων που αυτή παράγει.

Ποιες από τις δαπάνες της επιχείρησης Pizza Greca είναι σταθερές και ποιες είναι μεταβλητές; Θα έπρεπε ο ιδιοκτήτης του εστιατορίου να ανησυχεί αν οι μεταβλητές του δαπάνες αυξάνονται; Για ποιο λόγο ή γιατί όχι;

Ποιο είναι το καθαρό κέρδος του εστιατορίου Pizza Greca σ' αυτήν την άσκηση; Είναι μεγάλο ή μικρό ποσοστό; Αναζητήστε τα αντίστοιχα ποσοστά σε βιομηχανίες των κλάδων «τροφίμων», «ποτών», «χάρτου», «ένδυσης» κλπ.

Έξυπνα Έξυπνα Βαμβακερά Μπλουζάκια

Μέρος I - Ατομική Επιχείρηση.

Η Αθηνά έχει πολλούς φίλους. Όποτε τους έβλεπε, είχε μαζί της διάφορα πράγματα που κατασκεύαζε μόνη της για τον καθένα. Μερικές φορές είχε μαζί της τα υπέροχα μπισκότα της με καρύδι και σοκολάτα, ενώ άλλες φορές είχε τα βαμβακερά μπλουζάκια που διακοσμούσε η ίδια.



Ο καθένας έλεγε ότι τα μπλουζάκια της Αθηνάς ήταν τόσο χρωματιστά και ασυνήθιστα που θα μπορούσε να γίνει πλούσια αν τα πουλούσε. Η Αθηνά γελούσε. «Είναι τόσο ευχάριστο να φτιάχνω μπλουζάκια για τους φίλους μου, αλλά δεν θα ήθελα να ξοδεύω όλο μου το χρόνο με το να τα διακοσμώ. Τέλος πάντων, ποιος θα τα αγόραζε άλλωστε»;

Όσο περισσότερο το σκεφτόταν, τόσο πιο πολύ ενδιαφέρουσα της φαινόταν η ιδέα, οπότε άρχισε να διερευνά περισσότερο το ενδεχόμενο να ξεκινήσει μία επιχείρηση.

Πληροφορήθηκε ότι θα μπορούσε να νοικιάσει έναν πάγκο στην τοπική υπαίθρια αγορά (π.χ. λαϊκή) έναντι του ποσού των 400 N.M. το μήνα.

Ένας χονδρέμπορος συμφώνησε να πουλά στην Αθηνά βαμβακερά μπλουζάκια εξαιρετικής ποιότητας για 5 N.M. το καθένα. Συμφώνησε ακόμη να πληρώνεται για αυτά 30 μέρες μετά την ημέρα παράδοσής τους.



Η Αθηνά γνώριζε επίσης ότι θα χρειαζόταν να αγοράσει επί πλέον καλλιτεχνικό εξοπλισμό, μία βαλίτσα επίδειξής τους, ένα κουτί για τα μετρητά της και μερικές κρεμάστρες ρούχων. Όλα αυτά θα στοίχιζαν περίπου 1.000 N.M.

Η Αθηνά απευθύνθηκε σε διάφορες τράπεζες προκειμένου να πληροφορηθεί σχετικά με ένα δάνειο, όμως δεν διέθετε επιχειρηματική εμπειρία και οι τράπεζες δεν συμφώνησαν να της δανείσουν τα χρήματα που χρειάζοταν.

Έχοντας απορριφθεί από τις τράπεζες η Αθηνά ήταν στεναχωρημένη. Ήταν ωστόσο όλο και περισσότερο αποφασισμένη να ξεκινήσει μία επιχείρηση. Έψαξε στις αποταμιεύσεις της για να βρει τα χρήματα που χρειαζόταν για να νοικιάσει έναν πάγκο στην λαϊκή αγορά ...

Μέρος II - Προσωπικές Εταιρείες.

Μια μέρα η Αθηνά συζητούσε σχετικά με την επιτυχία της με την εξαδέρφη της τη Ζωή. «Δεν προλαβαίνω να κατασκευάζω τα βαμβακερά μου μπλουζάκια. Μακάρι να είχα αρκετά χρήματα να νοικιάσω ένα κατάστημα στην πόλη. Είμαι σίγουρη ότι θα μπορούσα να μάθω και σε άλλους πώς να διακοσμούν τα μπλουζάκια και έτσι θα μπορούσα να πουλάω περισσότερα».

«Και να έχεις περισσότερο κέρδος», απάντησε η Ζωή. Σκέφτηκε για ένα λεπτό και μετά πρόσθεσε: «Έχω αποταμιεύσει μερικά χρήματα. Πώς θα σου φαινόταν αν τα χρησιμοποιούσαμε μαζί για να νοικιάσουμε ένα μικρό κατάστημα; Θα μπορούσαμε να είμαστε συνέταιροι. Ξέρεις τι εννοώ, να δουλεύομε μαζί και να μοιράζομε τα κέρδη».

«Πολύ ωραία ιδέα», συμφώνησε η Αθηνά, «και αν η επιχείρηση συνεχίσει να πηγαίνει καλά, ίσως θα μπορέσουμε να προσλάβομε ένα ή δύο άτομα για να μας βοηθήσουν».

Νοίκιασαν ένα μικρό κατάστημα στην πόλη και η επιχείρηση είχε απροσδόκητη επιτυχία. Η Αθηνά και η Ζωή προσέλαβαν βοηθούς και τους έμαθαν πώς να διακοσμούν τα βαμβακερά μπλουζάκια.

Μέρος III - Ανώνυμες Εταιρείες.

Μία ημέρα η Αθηνά και η Ζωή συζητούσαν σχετικά με την επιχείρησή τους με κάποιον φίλο τους. Ο Γιάννης ήταν λογιστής και γνώριζε αρκετά πράγματα σχετικά με τις επιχειρήσεις. Ο Γιάννης εξήγησε: «Οι επιχειρηματίες συστήνουν ατομικές επιχειρήσεις γιατί τους αρέσει η ιδέα να είναι ιδιοκτήτες της δικής τους επιχείρησης. Όλες οι αποφάσεις σχετικά με την επιχείρηση είναι δικές τους και αν η λειτουργία της επιχείρησης είναι επιτυχής, οι ιδιοκτήτες της απο-

μικής επιχείρησης καρπώνονται όλα τα κέρδη».

Ο Γιάννης είπε: «Σήμερα, η επιχείρησή σας είναι μια προσωπική εταιρεία. Οι προσωπικές εταιρείες έχουν μειονεκτήματα όπως και οι ατομικές επιχειρήσεις. Αν ήμουν στη θέση σας, θα εξέταζα το ενδεχόμενο να συστήσω μία Ανώνυμη Εταιρεία. Βέβαια, θα πρέπει να μιλήσετε με κάποιο δικηγόρο σχετικά, αλλά υπάρχουν σημαντικοί λόγοι να εκδώσετε και να πουλήσετε μετοχές. Και οι δυο σας ταξιδεύετε σε διάφορα μέρη. Θα έβαζα στοίχημα ότι τα σχέδια στα μπλουζάκια σας θα πουλούσαν σε όλη την Ελλάδα!»

«Σιγά-σιγά», τον διέκοψε η Ζωή. «Ας το πάρομε από την αρχή. Γιατί δεν ξεκινάς λέγοντάς μας τι ακριβώς εννοείς με την έκδοση και την πώληση μετοχών;»

Ο Γιάννης συνέχισε: «Μία Ανώνυμη Εταιρεία είναι περισσότερο περίπλοκη από ό,τι μία ατομική επιχείρηση ή μία προσωπική εταιρεία. Το κεφάλαιό της διαιρείται σε ίσα μερίδια τα οποία ονομάζονται μετοχές. Οι μέτοχοι επενδύουν σε μία εταιρεία με αντάλλαγμα τη συμμετοχή τους στα κέρδη της. Μερικές εταιρείες έχουν χιλιάδες μετόχους, αλλά οι Ανώνυμες Εταιρείες μπορεί να είναι και μικρές. Οι Ανώνυμες Εταιρείες είναι περισσότερο δαπανηρές για την οργάνωσή τους και πληρώνουν περισσότερους φόρους από ό,τι άλλες επιχειρήσεις, όμως έχουν μερικά πλεονεκτήματα».

Ο Γιάννης τα κατονόμασε:

- Οι επενδυτές στις Ανώνυμες Εταιρείες έχουν **περιορισμένη ευθύνη**. Τα χρήματα, που ενδεχομένως να χάσουν, περιορίζονται στο ποσό συμμετοχής τους στο εταιρικό κεφάλαιο και όχι στην προσωπική τους περιουσία. Ο κίνδυνος λειτουργίας της επιχείρησης μοιράζεται μεταξύ των μετόχων.
- Οι εταιρείες έχουν απεριόριστη διάρκεια ζωής. Όταν οι ιδιοκτήτες των μετοχών πεθάνουν, οι μετοχές τους κληρονομούνται (από τους κληρονόμους τους). Στο μεταξύ, οι διευθυντές της εταιρείας είναι ελεύθεροι να διευθύνουν την επιχείρηση ως συνήθως.
- Η περιορισμένη ευθύνη και η απεριόριστη διάρκεια ζωής δίνουν την ευκαιρία σε πολλούς να επενδύσουν σε Ανώνυμες Εταιρείες και στις ίδιες



τις εταιρείες να αποκτήσουν μεγάλα χρηματικά ποσά.

Η Αθηνά και η Ζωή σκέφτηκαν τη συμβουλή του Γιάννη. Τι θα έπρεπε να κάνουν κατά τη γνώμη σας;

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

| | Ατομική Επιχείρηση | Προσωπικές Εταιρείες | Ανώνυμη Εταιρεία |
|---|------------------------|--------------------------------|------------------|
| 1. Ποιοι είναι οι ιδιοκτήτες; | Ο ιδιοκτήτης (Η Αθηνά) | Οι εταίροι (Η Αθηνά και η Ζωή) | Οι μέτοχοι |
| 2. Ποιος παρέχει τα χρήματα για την έναρξη των εργασιών; | | | |
| 3. Ποιος λαμβάνει τις σημαντικές επιχειρηματικές αποφάσεις; | | | |
| 4. Ποιος επωφελείται από τα κέρδη; | | | |
| 5. Ποιος είναι υπεύθυνος αν η επιχείρηση χάσει χρήματα; | | | |
| 6. Ποια είναι η διάρκεια ζωής μίας επιχείρησης; | | | |

Αναζητήστε από τον οικονομικό τύπο ή/και την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος απόλυτα και σχετικά (% επί του συνόλου) μεγέθη διάκρισης σε ατομικές επιχειρήσεις, προσωπικές και Ανώνυμες Εταιρείες και τον αντίστοιχο «κύκλο εργασιών».

Για ποιο λόγο αγοράζετε από οποιαδήποτε ατομική επιχείρηση; Έχει σημασία για τους καταναλωτές, εάν μία επιχείρηση είναι ατομική, προσωπική εταιρεία ή Ανώνυμη Εταιρεία;

Προσφορά και Ζήτηση

Αν διαβάζετε τις αθλητικές ειδήσεις στην εφημερίδα σας πιθανότατα να γνωρίζετε ότι πολλοί αθλητές (ποδοσφαιριστές, μπασκετμπολίστες κ.ά.) κερδίζουν εκατομμύρια Ευρώ κάθε χρόνο. Σε πολλές περιπτώσεις κερδίζουν χιλιάδες Ευρώ σε ένα μόνο παιχνίδι!

Οι αστέρες των αθλημάτων δεν είναι οι μόνοι άνθρωποι που κερδίζουν μεγάλα χρηματικά ποσά. Το 1997 το περιοδικό *Forbes* εκτιμούσε ανάλογα τα κέρδη ορισμένων διασημοτήτων.



Δεν χρειάζεται να τραγουδά, να χορεύει ή να παίζει στο θέατρο κάποιος προκειμένου να κερδίζει μία πολύ μεγάλη αμοιβή. Οι σχεδιαστές κινουμένων σχεδίων κερδίζουν εκατομμύρια Ευρώ κάθε χρόνο και ορισμένοι συγγραφείς κερδίζουν εκατομμύρια Ευρώ για κάθε βιβλίο που γράφουν!

Είναι δίκαιο κάτι τέτοιο; Όλοι αυτοί οι άνθρωποι αξίζουν πραγματικά τόσα πολλά χρήματα; Τι νομίζετε εσείς;

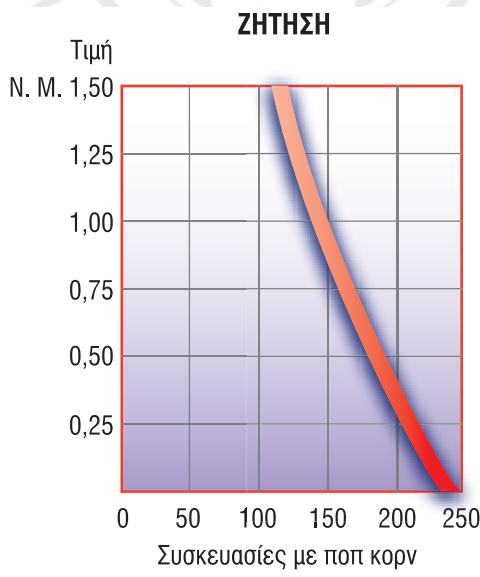
Οι οικονομολόγοι συνήθως δεν σκέφτονται αν κάποιος αξίζει ένα συγκεκριμένο μισθό ή ημερομίσθιο, αλλά μπορούν να εξηγήσουν γιατί ορισμένοι αθλητές ή οι αστέρες του θεάματος, όπως για παράδειγμα ο τενόρος Luciano Pavarotti κερδίζουν τόσο υψηλές αμοιβές.



Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν τους νόμους της προσφοράς και της ζήτησης για να εξηγήσουν τους μισθούς, που θα μπορούσατε να κερδίσετε καθαρίζοντας παράθυρα, ανακυκλώνοντας εφημερίδες ή φροντίζοντας μωρά καθώς και τις τιμές σχεδόν όλων όσων αγοράζει η οικογένειά σας - από ένα αυτοκίνητο μέχρι μια πίτσα που θα παραγγέλει.

Ο νόμος της ζήτησης λέει ότι οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν μεγαλύτερη ποσότητα ενός προϊόντος όσο χαμηλότερη είναι η τιμή του. Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν μία γραφική παράσταση για να δείξουν την ποσότητα ενός προϊόντος, που αγοράζουν οι καταναλωτές, σε διαφορετικές τιμές.

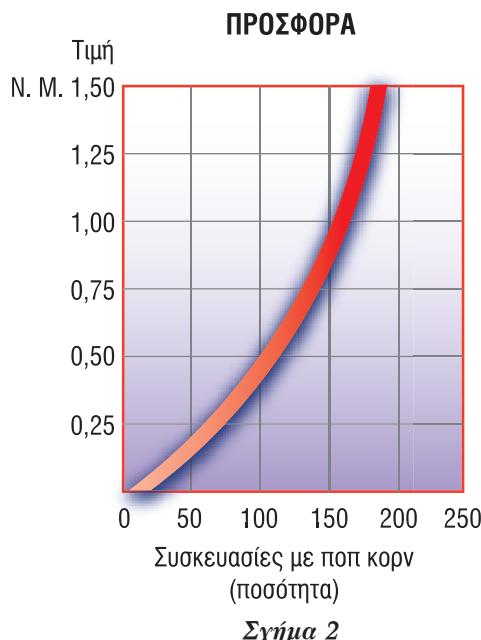
Το σχήμα 1 δείχνει μία καμπύλη ζήτησης για ποπ-κορν ένα Σάββατο βράδυ



σε ένα συνηθισμένο κινηματογράφο. Δείχνει τον αριθμό των συσκευασιών με ποπ-κορν, που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι θεατές ενός κινηματογραφικού έργου, σε διαφορετικές τιμές. Για παράδειγμα σε μία υψηλή τιμή εσείς και ο φίλος σας μπορεί να αγοράζατε ένα σακουλάκι και να το μοιραζόσασταν. Σε χαμηλή τιμή ενδεχομένως να μην το είχατε μοιρασθεί ή ίσως να ήσασταν πρόθυμοι να αγοράσετε και δεύτερο.

Ο νόμος της ζήτησης είναι μόνο το μισό από το παιχνίδι των τιμών. Ο νόμος της προσφοράς είναι το άλλο μισό: Λέει ότι οι παραγωγοί θα προσέφεραν περισσότερα προϊόντα για αγορά σε υψηλές τιμές από ότι σε χαμηλές τιμές. (Αυτή η ιδέα είναι ίσως δυσνόητη, γιατί είναι ευκολότερο να σκεφθείτε ως καταναλωτής. Σκεφθείτε λοιπόν με τον ακόλουθο τρόπο: Δεν θα ήταν προτιμότερο να πουλήσετε 50 βαμβακερά μπλουζάκια για 20 N.M. αντί 50 για 10 N.M.;). Οι παραγωγοί επιθυμούν να καλύψουν το κόστος παραγωγής (ενοίκιο, μισθοί και ημερομίσθια, υλικά, πληρωμές δόσεων στην τράπεζα κ.ά.) και να έχουν και κέρδος. Όσο περισσότερο μπορούν να πουλήσουν σε υψηλή τιμή, τόσο το καλύτερο για αυτούς.

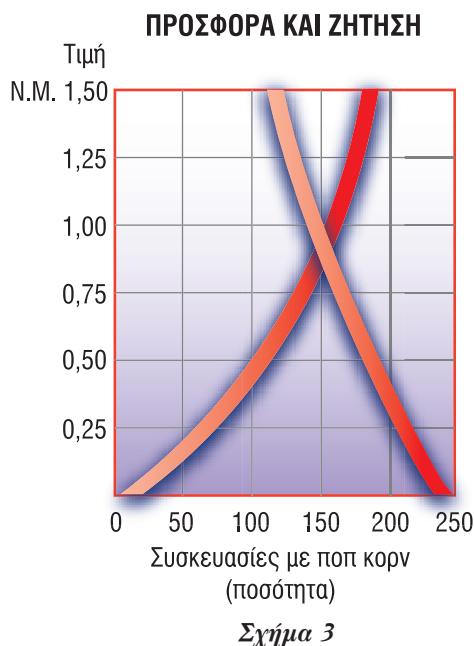
Το σχήμα 2 δείχνει ότι αν ο διευθυντής του κινηματογράφου γνώριζε ότι



οι πελάτες θα πλήρωναν μόνο 0,25 Ν.Μ. για μία συσκευασία με ποπ-κορν, δεν θα ξόδευε χρόνο και χρήμα διαθέτοντας ποπ-κορν. Από την άλλη μεριά, αν γνώριζε ότι οι πελάτες του θα πλήρωναν 1,50 Ν.Μ. για κάθε μία συσκευασία, θα ήταν πρόθυμος να προσφέρει για πώληση περίπου 180 συσκευασίες με ποπ-κορν.

Οι παραγωγοί προσπιαθούν να εξισορροπήσουν την ποσότητα των αγαθών ή των υπηρεσιών που παρέχουν με την ποσότητα που υπολογίζουν ότι θα αγοράσουν οι καταναλωτές. Αυτό το κάνουν με το να χρεώνουν μία τιμή, την οποία θα πληρώσουν οι καταναλωτές. Η τιμή, στην οποία οι καταναλωτές θα αγοράσουν όλα τα αγαθά που θα προσφέρουν οι παραγωγοί, ονομάζεται **τιμή ισορροπίας**. Όταν ένας παραγωγός παρέχει μεγαλύτερη ποσότητα από αυτήν που θα αγοράσουν οι καταναλωτές, υπάρχει **πλεόνασμα προϊόντος** και έτσι στον παραγωγό μπορεί να έχει μείνει αδιάθετη ορισμένη ποσότητα.

Το σχήμα 3 συνδυάζει τις καμπύλες προσφοράς και ζήτησης των συσκευασιών ποπ-κορν. Δείχνει την **τιμή ισορροπίας**. Οι παραγωγοί δεν κερδίζουν τίποτα παράγοντας περισσότερες από 150 συσκευασίες με ποπ-κορν. Εάν σχεδίαζαν να τα πουλήσουν για τιμή υψηλότερη της 1 Ν.Μ. δεν θα είχαν



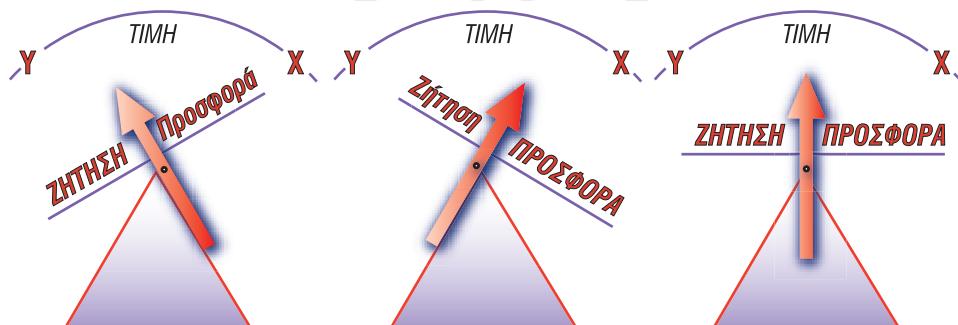
πολλούς αγοραστές.

Τέλος, όπως ίσως μπορείτε να μαντέψετε, η προσφορά και η ζήτηση των αγαθών αλλάζουν διαρκώς. Τα διάφορα στυλ, οι εποχές, η τεχνολογία και οι συνθήκες της οικονομίας δημιουργούν αλλαγές ή διακυμάνσεις στην προσφορά και τη ζήτηση, από τις οποίες προκύπτουν καινούργιες τιμές ισορροπίας.

Η προσφορά ή ο αριθμός των ιδιαιτέρως ταλαντούχων αθλητών, τραγουδιστών και κωμικών, είναι μικρός. Η ζήτησή τους είναι ιδιαίτερα υψηλή, όπως στα προϊόντα που έχουν «έλλειψη», π.χ. ορισμένοι πίνακες ζωγραφικής. Οι αγοραστές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλή τιμή για σπάνια αγαθά, τα οποία επιθυμούν πάρα πολύ ν' αποκτήσουν.

Εσείς επίσης, είστε μερικές φορές πρόθυμοι να πληρώσετε περισσότερα χρήματα για ένα είδος που επιθυμείτε πραγματικά. Για παράδειγμα, όταν το αγαπημένο σας συγκρότημα βγάζει ένα καινούργιο ψηφιακό δίσκο (CD), τρέχετε να το αγοράσετε όποια και αν είναι η τιμή του. Σε μερικά χρόνια ωστόσο ο δίσκος αυτός μπορεί να μην ζητείται, ακόμη και αν η τιμή του είναι χαμηλή.

Τα παρακάτω διαγράμματα συνοψίζουν ότι συμβαίνει σε διάφορες περιπτώσεις.

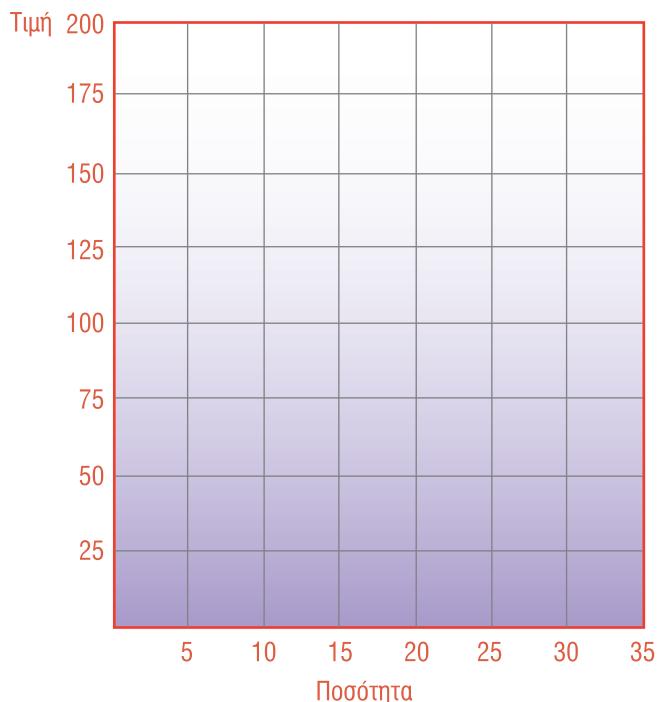


Προκύπτει υψηλή τιμή, όταν ζητείται μεγάλη ποσότητα προϊόντων - υπηρεσιών και προσφέρεται μικρή.

Προκύπτει χαμηλή τιμή, όταν ζητείται μικρή ποσότητα προϊόντων-υπηρεσιών και προσφέρεται μεγάλη.

Η τιμή ισορροπίας προκύπτει, όταν η προσφερόμενη ποσότητα προϊόντων-υπηρεσιών είναι ίση με τη ζητούμενη.

Αξιοποιήστε τα για να σας βοηθήσουν να επιλύσετε τα προβλήματα Προ - σφοράς και Ζήτησης της σελίδας 31.



• C P M

Προβλήματα Προσφοράς και Ζήτησης

Διαβάστε τις παρακάτω περιπτώσεις και προβλέψτε τις μεταβολές, που θα επέλθουν στην τιμή ή στην ποσότητα των αγαθών που ζητούν οι καταναλωτές.

1. Ο παγετός κατέστρεψε την παραγωγή πορτοκαλιών αυτής της χρονιάς με αποτέλεσμα να αυξηθούν οι τιμές τους. Πώς επηρεάσθηκε η ποσότητα που ζητούν οι καταναλωτές;
2. Το κατάστημα μουσικής «ΑΥΛΟΣ» είχε προσφορές σε ψηφιακούς δίσκους μουσικής (CD). Πώς θα επιδράσει αυτό στις πωλήσεις ψηφιακών δίσκων του καταστήματος;
3. Τα πουλερικά έχουν μεγάλη ζήτηση και οι παραγωγοί διπλασίασαν τις τιμές τους. Πώς θα επηρεάσει η αύξηση της τιμής των πουλερικών τη ζητούμενη ποσότητα στην αγορά;

Διαβάστε τις παρακάτω περιπτώσεις και προβλέψτε τις μεταβολές, που θα επέλθουν στην τιμή ή στην ποσότητα των αγαθών που παρέχουν οι παραγωγοί.

1. Καθώς τα διάφορα γραφεία και σχολεία αγοράζουν όλο και περισσότερο Η/Υ, ποια επίδραση θα έχει αυτό στον αριθμό των καταστημάτων επισκευής γραφομηχανών; Τι θα συμβεί στην τιμή των υπηρεσιών που παρέχουν;
2. Οι καταναλωτές με περιβαλλοντικές ανησυχίες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα χρήματα για την απόκτηση ηλεκτρικών αυτοκινήτων. Ποια επίδραση θα έχει αυτό στον αριθμό των ηλεκτρικών αυτοκινήτων που παράγονται;
3. Οι καταναλωτές φαίνεται να είναι πρόθυμοι να πληρώσουν διπλάσια τιμή για τα κοτόπουλα σε σχέση με την περσινή χρονιά. Πώς θα επιδράσει αυτό στην προσφερόμενη ποσότητα πουλερικών στην αγορά;

Διαβάστε τις παρακάτω περιπτώσεις και προβλέψτε τις μεταβολές που θα επέλθουν στην προσφορά, στη ζήτηση και στην τιμή.

1. Είναι αρχή καλοκαιριού και η ζήτηση των μαγιό είναι αυξημένη. Πώς μεταβάλλεται η προσφορά και η ζήτηση των μαγιό;
2. Πώς μεταβάλλεται η ζήτηση, η προσφορά και η τιμή ισορροπίας των

Χριστουγεννιάτικων στολιδιών την εβδομάδα μετά τις γιορτές;

3. Τα αθλητικά παπούτσια υψηλής τεχνολογίας έχουν ζήτηση, αλλά οι παραγωγοί έχουν κατασκευάσει μεγαλύτερες ποσότητες από αυτές που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν οι καταναλωτές. Πώς θα επηρεάσει αυτό το γεγονός την τιμή και την προσφορόμενη ποσότητα;
4. Τα παντελόνια με πολλές τσέπες είναι ξανά στη μόδα. Πώς θα επηρεάσει το γεγονός αυτό την προσφορά και την τιμή τους;
5. Δεδομένου ότι τα αυγά έχουν υψηλά επίπεδα χοληστερόλης, οι παραγωγοί μείωσαν τις τιμές τους προκειμένου να πουλήσουν περισσότερα. Πώς θα μεταβληθεί η ζήτησή τους;
6. Μία ασθένεια κατέστρεψε το 30% της καλλιέργειας βαμβακιού. Πώς μεταβάλλεται η τιμή των βαμβακερών υποκαμίσων και πώς η ζήτηση των συνθετικών;
7. Σε περιόδους υψηλής ανεργίας με ποιον τρόπο θα επηρεασθούν οι πωλήσεις των εστιατορίων «γρήγορου φαγητού»;

Διαφήμιση

Οδηγίες.

Διαβάστε αυτές τις διαφημίσεις και απαντήστε στις ερωτήσεις. Για περισσότερη βοήθεια δείτε σχετικά στη σελίδα 37 το Σχέδιο Προωθήσεως Πωλήσεων της Αθηνάς.

- Ποιο είναι το αγοραστικό κοινό στο οποίο στοχεύει η διαφήμιση;

- Ποιο είναι το μήνυμα; Η διαφήμιση αυτή παρέχει πληροφόρηση, προωθεί τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή σας βοηθά να θυμάστε το προϊόν; Εξηγήστε γιατί:



- Ποιο είναι το αγοραστικό κοινό στο οποίο στοχεύει η διαφήμιση;

- Ποιο είναι το μήνυμα; Η διαφήμιση αυτή παρέχει πληροφόρηση, προωθεί τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή σας βοηθά να θυμάστε το προϊόν; Εξηγήστε γιατί:



- Ποιο είναι το αγοραστικό κοινό στο οποίο στοχεύει η διαφήμιση;

- Ποιο είναι το μήνυμα; Η διαφήμιση αυτή παρέχει πληροφόρηση, προωθεί τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή σας βοηθά να θυμάστε το προϊόν;
Εξηγήστε γιατί:



- Ποιο είναι το αγοραστικό κοινό στο οποίο στοχεύει η διαφήμιση;

- Ποιο είναι το μήνυμα; Η διαφήμιση αυτή παρέχει πληροφόρηση, προωθεί τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή σας βοηθά να θυμάστε το προϊόν;
Εξηγήστε γιατί:



Προϊόντη Πωλήσεων της Αθηνάς

Η Αθηνά είναι υπερήφανη για τα ιδιόχειρα διακοσμημένα βαμβακερά μπλουζάκια της. Βοηθήστε την Αθηνά να συντάξει ένα σχέδιο προώθησης πωλήσεων απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις:

Θα έπρεπε η Αθηνά να πουλά τα βαμβακερά μπλουζάκια της στο δικό της κατάστημα ή σε ένα άλλο κατάστημα λιανικής πώλησης; Ή θα μπορούσε να κάνει και τα δύο; Για ποιο λόγο;

Αν αποφασίσει η Αθηνά να επικεντρωθεί στη λειτουργία του δικού της κατάστηματος, θα χρειαζόταν να ξοδεύει περισσότερο χρόνο και χρήμα στη διαφήμιση;



- Ποιο θα έπρεπε να είναι το αγοραστικό κοινό των διαφημίσεών της; Για ποιο λόγο; _____
- Σε ποιο μέσο θα έπρεπε να προβάλει τις διαφημίσεις της; Το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, τις εφημερίδες, τα διαφημιστικά φυλλάδια ή τις αφίσες; Για ποιο λόγο; _____
- Δημιουργήστε ένα σύνθημα (σλόγκαν) προκειμένου να βοηθήσετε τους καταναλωτές να θυμούνται τα βαμβακερά μπλουζάκια της Αθηνάς. Τα συνθήματα είναι εντυπωσιακές εκφράσεις που αποτυπώνονται στο μιαλό των ανθρώπων, όπως για παράδειγμα: «Τα αυθεντικά μπλουζάκια», «Σας αξίζει να τα αποκτήσετε», «Απλώς κάντε το»! Οι διαφημιστές πιστεύουν ότι αυτά τα συνθήματα, αν επαναληφθούν αρκετά συχνά, μπορούν πράγματι να αυξήσουν τις πωλήσεις. _____
- Ποιο είναι το μήνυμα που θα έπρεπε να απευθύνει στους καταναλωτές η Αθηνά; Αυτοί που φορούν τα βαμβακερά μπλουζάκια της Αθηνάς θα είναι περισσότερο δημοφιλείς ή θα διασκεδάζουν περισσότερο; Θα έπρεπε η Αθηνά να προβάλλει την υψηλή ποιότητα ή τη μοναδικότητα; Πρέπει οι διαφημίσεις της να είναι σοβαρές ή αστείες; Περιγράψτε το μήνυμα που

θα έπρεπε να προβάλλει η Αθηνά.

Σχεδιάστε μία διαφήμιση. Μπορείτε να προετοιμάστε μία τηλεοπτική ή ραδιοφωνική διαφήμιση ή να σχεδιάστε μία διαφήμιση για τις εφημερίδες, τα περιοδικά ή τα διαφημιστικά φυλλάδια. Χρησιμοποιήστε τη φαντασία σας! Θα σας βοηθήσει αν διαβάσετε τις ακόλουθες βασικές στρατηγικές.

ΠΡΩΤΟΠΟΡΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ. Αν ένα προϊόν είναι νέο, μία επιχείρηση θα θελήσει η διαφήμισή της να παρέχει σημαντική πληροφορία.

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ. Αν οι άνθρωποι έχουν πολλές επιλογές στο τι θα αγοράσουν, μία επιχείρηση θα θελήσει να προβάλει το λόγο για τον οποίο το προϊόν της είναι καλύτερο. Για παράδειγμα: γρηγορότερο, πιο φτηνό, πιο ανθεκτικό. Σ' αυτές τις διαφημίσεις μερικές φορές γίνεται ακόμη και άμεση σύγκριση με άλλα προϊόντα.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΥΠΕΝΘΥΜΙΣΗΣ. Λίγο καιρό μετά την πώληση του προϊόντος μίας επιχείρησης για ένα διάστημα, μπορεί αυτή να επιθυμεί η διαφήμισή της να υπενθυμίσει στους καταναλωτές ακριβώς την ποιότητα ή την αποτελεσματικότητα του προϊόντος της.

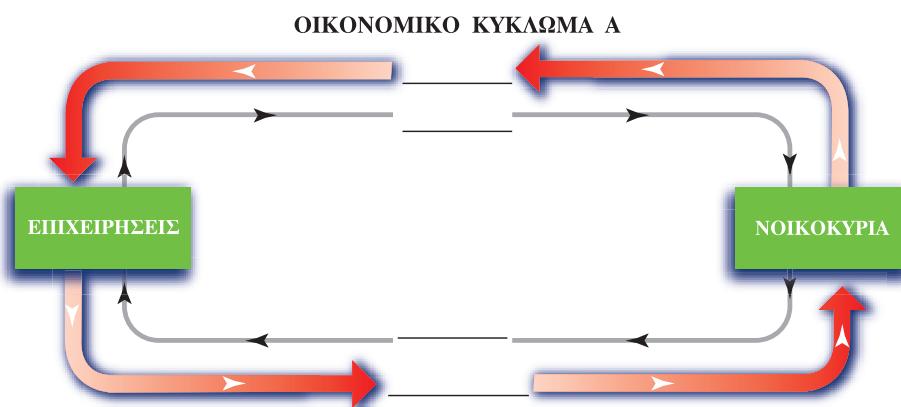
ΘΕΣΜΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ. Μία επιχείρηση μερικές φορές μπορεί να χρησιμοποιήσει μία διαφήμιση για να προωθήσει συνολικά αυτή την ίδια την επιχείρηση και όχι για να πουλήσει ένα συγκεκριμένο προϊόν. Η διαφήμιση μπορεί να προωθεί το όνομα της εταιρείας, την εικόνα ή τη φήμη της.

Το Οικονομικό Κύκλωμα

Το Οικονομικό Κύκλωμα

Όταν ξοδεύετε τα χρήματά σας σε ένα κομμάτι πίτσας και ένα αναψυκτικό, ίσως να μην γνωρίζετε ότι μερικά από αυτά τα χρήματα αποτελούν έσοδο για άλλες επιχειρήσεις που παράγουν το τυρί, το αλεύρι και το χυμό τομάτας. Μέρος αυτών των χρημάτων αποτελούν έσοδο για το κράτος με τη μορφή των φόρων, ενώ άλλο μέρος χρημάτων θα χρησιμοποιηθούν για την αμοιβή των υπαλλήλων της πιτσαρίας. Ενδεχομένως αυτά τα χρήματα να καταλήξουν σε σπίτια, όπως το δικό σας, με αποκλειστικό σκοπό να συνεχίσουν ένα παρόμοιο ταξίδι, όταν θα χρησιμοποιηθούν για την αγορά καινούργιων ψηφιακών δίσκων μουσικής, προϊόντων από το παντοπωλείο ή προμηθειών για το σχολείο.

Η ροή του χρήματος από τα νοικοκυριά προς τις επιχειρήσεις αποτελεί μόνο μια από τις σημαντικές ροές στην οικονομία. Με τη βοήθεια του συμβούλου Επιχειρηματικότητας Νέων, συμπληρώστε το παρακάτω διάγραμμα προκειμένου να δείξετε τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών.



Προβληματισμοί.

Αξιοποιήστε ό,τι έχετε μάθει σχετικά με το Οικονομικό Κύκλωμα, αγα - θών/υπηρεσιών και εργασίας στην οικονομία προκειμένου να απαντήσετε στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Για ποιο λόγο αποτελεί σημαντική είδηση όταν μία νέα εταιρεία εγκαθίσταται σε μία πόλη και κτίζει ένα καινούργιο εργοστάσιο ή ένα κτήριο γραφείων;
- Για ποιο λόγο όταν κλείνει μία μεγάλη επιχείρηση στην περιοχή σας, αυτό αποτελεί σημαντική είδηση;
- Για ποιο λόγο οι πόλεις ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την απόκτηση σημαντικής αθλητικής ομάδας;

Επιχειρηματική και Κοινωνική Ευθύνη

Πώς προσδιορίζεται ο «καλός» πολίτης; Καλός πολίτης είναι αυτός που ψηφίζει στις εκλογές, που παίρνει μέρος στις τοπικές εκλογικές εκστρατείες ή ενημερώνεται για τα τρέχοντα γεγονότα; Οι καλοί πολίτες αναμειγνύονται συχνά σε γεγονότα πέρα από την πολιτική. Μπορούν να εργάζονται εθελοντικά σε ένα κοινοτικό κέντρο, ή απλά να είναι φιλικοί και ευγενικοί με τους ανθρώπους που συναντούν κάθε μέρα. Εσείς τι γνώμη έχετε;

Οι επιχειρήσεις, από την άλλη μεριά, δεν μπορούν να ψηφίσουν ή να διοικήσουν ένα γραφείο. Μία επιχείρηση δεν μπορεί καν να διαβάσει μία εφημερίδα! Μπορεί μία επιχείρηση να είναι ένας «καλός πολίτης»; Ποιες είναι οι ευθύνες μίας επιχείρησης στην κοινωνία στην οποία λειτουργεί; Μπορεί μία επιχείρηση να είναι «καλός πολίτης» αν υποστηρίζει την τοπική κοινωνία αλλά δεν συμπεριφέρεται με σεβασμό στους πελάτες ή τους υπαλλήλους της;

Διαβάστε τις παρακάτω περιπτώσεις και αποφασίστε τι θα έκανε μία καλή «επιχείρηση - πολίτης».

1. Ένας τοπικός όμιλος ζήτησε από την εταιρεία σας να χρηματοδοτήσει ένα πρόγραμμα προστασίας από τις συμμορίες των κακοποιών. Η πλήρης χρηματοδότηση αυτού του προγράμματος θα μειώσει τα κέρδη της εταιρείας σας. Ποια είναι η ευθύνη της εταιρείας σας απέναντι στην κοινωνία και στους μετόχους της εταιρείας σας;
2. Η εταιρεία σας κατασκευάζει παιγνίδια για παιδιά ηλικίας άνω των 7 ετών. Πρόσφατα μερικά παιδιά κόντεψαν να πνιγούν από μερικά μικρά κομμάτια ενός από τα πιο κερδοφόρα παιγνίδια σας. Θα έπρεπε να αποσύρετε το παιγνίδι από την αγορά, να προβάλετε μέσω διαφημίσεων στις εφημερίδες και την τηλεόραση σχετικές προειδοποιήσεις, να αναπτύξετε σιωπηρά ένα καλύτερο και ασφαλέστερο προϊόν ή να σταματήσετε την παραγωγή του; Ποια είναι η ευθύνη της εταιρείας σας απέναντι στην κοινωνία και στους μετόχους της εταιρείας σας;
3. Ο διευθυντής ενός εστιατορίου «γρήγορου φαγητού» της εταιρείας σας κατόρθωσε να μειώσει το κόστος λειτουργίας του και να αυξήσει τα κέρδη απασχολώντας νεαρούς μαθητές γυμνασίου. Εργάζονται για

λίγες ώρες έτσι, ώστε να μην είναι υποχρεωμένος να τους πληρώνει το βασικό μισθό ή να τους παρέχει τα οφέλη των εργαζομένων πλήρους απασχόλησης. Θα επιτρέψετε στο διευθυντή να ακολουθήσει την πολιτική του αυτή;

4. Η διεύθυνση σας ενημερώνει ότι μπορείτε να διπλασιάσετε τον αριθμό των ποδηλάτων που κατασκευάζει το εργοστάσιό σας και να εξασφαλίσετε περισσότερα χρήματα αντικαθιστώντας 200 εργαζόμενους με καινούργιο αυτοματοποιημένο εξοπλισμό. Με ποιο κριτήριο θα αποφασίσετε ποιους θα απολύσετε; Ποια είναι η ευθύνη σας απέναντι σε αυτούς τους εργαζόμενους και στους μετόχους της εταιρείας σας;
5. Στις καλές εποχές, η εταιρεία πετρελαίου σας παρείχε πρόγραμμα παροχής στους υπαλλήλους της. Σήμερα που οι τιμές του πετρελαίου έχουν πέσει, το τμήμα οικονομικής διαχείρισης της εταιρείας σάς συμβουλεύει να σταματήσετε το πρόγραμμα. Οι υπάλληλοί σας αντιδρούν απειλώντας σας να παραιτηθούν σε μία τέτοια περίπτωση. Ποια είναι η ευθύνη της εταιρείας σας απέναντι στους υπαλλήλους και στους μετόχους της εταιρείας σας;
6. Στο νοσοκομείο σας παράγονται επικίνδυνα απόβλητα, ενώ έχετε συμβόλαιο με τον καλύτερο πλειοδότη για τη διάθεσή τους. Πρόσφατα πληροφορηθήκατε ότι αυτή η εταιρεία δεν ακολουθεί τις αυστηρές κοινοτικές οδηγίες. Μέχρι τώρα δεν έγινε κάποιο ατύχημα και η κυβέρνηση είναι ανυποψίαστη για την ύπαρξη του προβλήματος. Ποιες είναι οι ευθύνες σας;
7. Οι επιθεωρητές του Τμήματος Ύδρευσης μόλις έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι το εργοστάσιό σας μόλις την παροχή ύδρευσης της πόλης. Ο καθαρισμός της απαιτεί ιδιαίτερα υψηλό κόστος. Το τμήμα συντήρησης του εργοστασίου σας δεν είναι απολύτως βέβαιο ότι ευθύνεται για τη μόλυνση αυτή. Ποια είναι η ευθύνη της εταιρείας σας απέναντι στην κοινωνία και στους μετόχους της εταιρείας σας;
8. Μία ομάδα περιβαλλοντικών ακτιβιστών δεν συμφωνεί με την επιλογή που έχετε κάνει σχετικά με τον τρόπο συσκευασίας των προϊόντων σας. Παρότι είναι φθηνή, ασφαλής και ευχάριστη, δεν είναι δυνατόν να ανακυκλωθεί. Η αλλαγή του θα απαιτούσε από την εταιρεία σας να διερευ-

νήσει και να σχεδιάσει εναλλακτικές λύσεις και ενδεχομένως κάτι τέτοιο να απαιτούσε την αγορά ακριβού καινούργιου εξοπλισμού. Αν ωστόσο γίνουν οι αλλαγές αυτές, δεν θα είναι περισσότερο ακριβή η παραγωγή μίας νέας συσκευασίας. Ποιες είναι οι ευθύνες σας;



Ο Ρόλος του Κράτους στο Οικονομικό Κύκλωμα

Μάθατε προηγουμένως τον τρόπο, με τον οποίο οι καταναλωτές, όπως εσείς και οι φύλοι σας, δίνουν χρήματα στις επιχειρήσεις σε αντάλλαγμα των αγαθών και των υπηρεσιών που αποκτούν. Οι επιχειρήσεις από τη πλευρά τους αμείβουν τους υπαλλήλους τους με μισθούς και ημερομίσθια σε αντάλλαγμα της εργασίας που παρέχουν. Οι υπάλληλοι είναι βέβαια καταναλωτές, οι οποίοι δαπανούν τους μισθούς τους σε άλλες επιχειρήσεις. Με αυτόν τον τρόπο το χρήμα ρέει στην οικονομία από τους καταναλωτές στις επιχειρήσεις και επιστρέφει στους καταναλωτές.

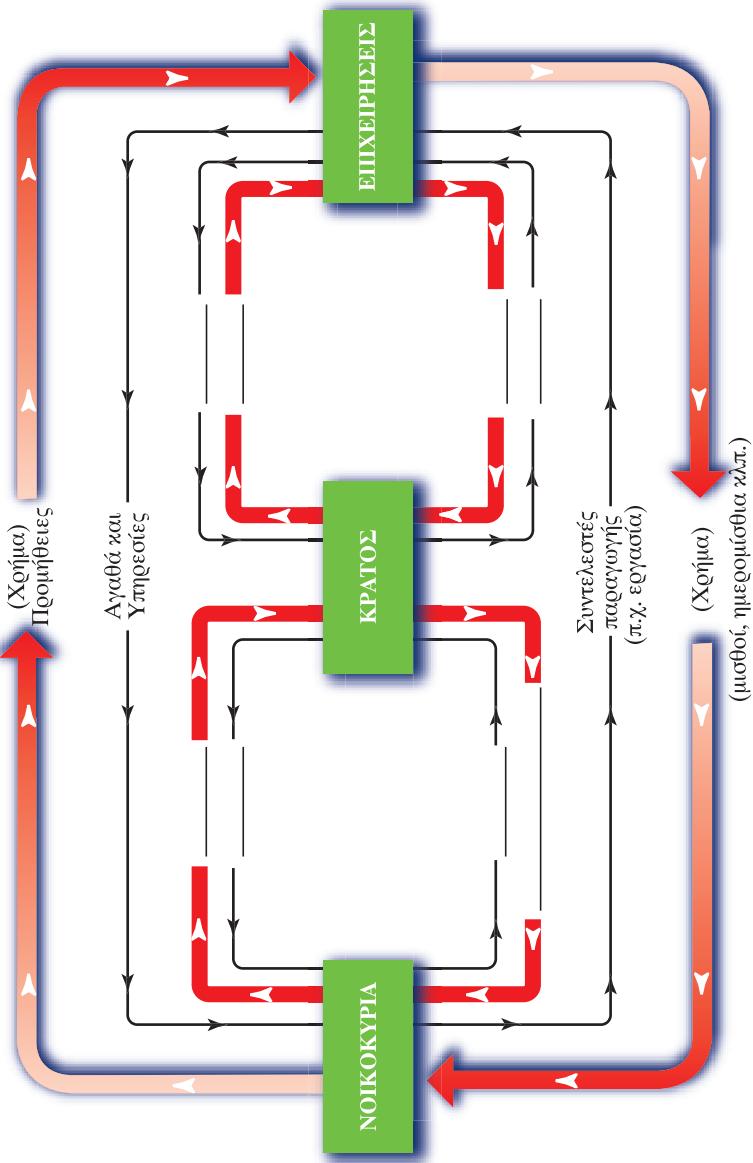
Η απλή αυτή εξήγηση της ροής του χρήματος στην οικονομία αγνοεί ωστόσο ένα μεγάλο και σημαντικό παράγοντα του οικονομικού μας συστήματος, το κράτος. Οι περισσότεροι πολίτες δαπανούν περισσότερο από το 25% του εισοδήματός τους σε φόρους. Αυτό σημαίνει ότι δουλεύουν τουλάχιστον τρεις μήνες το χρόνο μόνο και μόνο για να πληρώσουν φόρους για το εισόδημά τους, την ιδιοκτησία ή τις αγορές τους (φόροι κατανάλωσης).

Τι γίνονται τα χρήματα που πληρώνουν οι πολίτες στο κράτος; Με τη βοήθεια του συμβούλου σας παρακολουθήστε και συμπληρώστε το διάγραμμα της επόμενης σελίδας.

Όπως βλέπετε, τα χρήματα που πληρώνετε σε φόρους εσείς και η οικογένειά σας αλλά και οι επιχειρήσεις, παρέχουν τη δυνατότητα στο κράτος να κατασκευάσει σχολεία, δρόμους και συστήματα αποχέτευσης. Οι φόροι αποτελούν έσοδο για το κράτος προκειμένου να παράσχει υπηρεσίες, όπως η εθνική άμυνα και η ιατρική φροντίδα για τους ηλικιωμένους. Επιπλέον χιλιάδες άνθρωποι ανά τη χώρα εργάζονται στο δημόσιο τομέα. Τα ημερομίσθια και οι μισθοί που λαμβάνουν επιστρέφουν στους καταναλωτές, για να τα ξοδέψουν στις τοπικές επιχειρήσεις και να επιστρέψουν στη συνέχεια στο κράτος.

Ανεξάρτητα με τον τρόπο με τον οποίο ξοδεύετε τα χρήματά σας, αυτά ρέουν στην οικονομία.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ Β (ΜΕ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ)



**ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΥΡΩ
ΚΑΙ ΚΑΡΤΑ ΠΙΤΣΑΣ**











