

ΓΡΑΠΤΗ ΕΞΕΤΑΣΗ ΣΤΟ ΜΑΘΗΜΑ «ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ»
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : Η ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΤΙΜΕΣ

ΘΕΜΑΤΑ

1. Να διαπιστώσετε αν οι ακόλουθες προτάσεις είναι σωστές ή λανθασμένες και να κυκλώσετε το **Σ** αν είναι σωστή ή το **Λ** αν είναι λανθασμένη:

α) Η σχέση ανταλλαγής ενός εισιτηρίου κινηματογράφου με ένα εισιτήριο ποδοσφαιρικού αγώνα χαρακτηρίζεται ως απόλυτη τιμή **Σ** **Λ**

β) Η αξία μιας μονάδας ενός συγκεκριμένου εμπορεύματος εκφρασμένη σε χρήμα αποτελεί την τιμή του εμπορεύματος. **Σ** **Λ**

γ) Οι σχέσεις ανταλλαγής των προϊόντων καθορίζονται από τα προσωπικά χαρακτηριστικά των συναλλασσομένων. **Σ** **Λ**

δ) Οι τιμές των εμπορευμάτων προσδιορίζονται από την αλληλεπίδραση της προσφοράς και της ζήτησης. **Σ** **Λ**

2. Να περιγράψετε το φαινόμενο του αντιπραγματισμού.

3. Ποιες ανταλλαγές παρατηρούνται μεταξύ των επιχειρήσεων;

4. Να αναλύσετε το μονοπωλιακό ανταγωνισμό.

5. Να αναφέρετε τους τρεις σπουδαιότερους παράγοντες σύμφωνα με τους οποίους καθορίζεται η μορφή της αγοράς στην οποία οι επιχειρήσεις διαθέτουν τα προϊόντα τους.

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

2. Σε παλαιότερες εποχές, όταν οι άνθρωποι ζούσαν οργανωμένοι σε κοινωνίες αυτάρκειας και ικανοποιούσαν τις ανάγκες τους με τη δική τους παραγωγική προσπάθεια, οι ανταλλαγές ήταν περιορισμένες και γίνονταν συνήθως σε είδος. Αντάλλαζαν, δηλαδή το ένα πράγμα με το άλλο. Το είδος αυτό της ανταλλαγής ονομάζεται αντιπραγματισμός. Με τον αντιπραγματισμό οι ανταλλαγές ήταν τυχαίες και ευκαιριακές. Θα έπρεπε να υπάρχει σύμπτωση επιθυμιών καθώς και σύμπτωση ανταλλασσόμενων ποσοτήτων. Η σχέση ανταλλαγής (η ανταλλακτική αξία) μεταξύ των δύο προϊόντων, τα οποία ήταν τα αντικείμενα της ανταλλαγής, δεν ήταν καθόλου σταθερή, αλλά συχνά καθοριζόταν από το ποιοι ήταν οι συναλλασσόμενοι, από την κοινωνική τους θέση, τον πλούτο τους, τις διαπροσωπικές σχέσεις.

3. Είναι κυρίως ανταλλαγές διαρκών κεφαλαιουχικών αγαθών (οικοδομήματα, μηχανήματα, εργαλεία, μεταφορικά μέσα) που χρησιμοποιούνται για την εκτέλεση ή υποβοήθηση της παραγωγικής διαδικασίας. Τα προϊόντα που αποκτά η επιχείρηση μέσω αυτών των ανταλλαγών αυξάνουν ή διατηρούν την παραγωγική της δυναμικότητα και αποτελούν επένδυση.

Μια άλλη κατηγορία ανταλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων είναι οι συναλλαγές με αντικείμενο τις πρώτες ύλες και τα ημικατεργασμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που αγοράζει μια επιχείρηση από μια άλλη με σκοπό να διευκολύνει την παραγωγική της προσπάθεια. Τέτοιες είναι οι υπηρεσίες που προσφέρει σε μια επιχείρηση ένα γραφείο διαφημίσεων, οι νομικές συμβουλές ενός δικηγόρου ή οι υπηρεσίες φύλαξης από ιδιωτικά γραφεία προστασίας.

Τέλος, μια άλλη κατηγορία ανταλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων αφορά την αγορά προϊόντων με στόχο τη μεταπώληση. Η επιχείρηση που αγοράζει τα προϊόντα μπορεί να τα μεταπωλεί είτε σε άλλες επιχειρήσεις (χονδρικό εμπόριο) είτε στους τελικούς καταναλωτές (λιανικό εμπόριο).

4. Σε αυτή τη μορφή αγοράς έχουμε πολλές επιχειρήσεις που διαθέτουν το εμπόρευμα και πολλούς αγοραστές, αλλά οι αγοραστές θεωρούν το εμπόρευμα διαφοροποιημένο. Οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να αυξήσουν τα κέρδη τους και το ποσοστό τους στις συνολικές πωλήσεις είτε με πολέμους τιμών, είτε με τη διαφήμιση η οποία στοχεύει στο να πεισθούν οι αγοραστές ότι το εμπόρευμα της μιας επιχείρησης είναι πολύ διαφορετικό από το εμπόρευμα της άλλης. Εδώ ανήκουν πολλοί κλάδοι παραγωγής ευρέων καταναλωτικών προϊόντων. Μερικά από αυτά είναι οδοντόκρεμες, σαπούνια, αυτοκίνητα κ.τ.λ.

5. Πρώτον, ο αριθμός των επιχειρήσεων που παράγουν το ίδιο ή παρόμοιο εμπόρευμα και το μερίδιο που έχει κάθε επιχείρηση στις συνολικές πωλήσεις.

Δεύτερον, ο αριθμός των αγοραστών του εμπορεύματος και το μερίδιο των αγορών κάθε αγοραστή στις συνολικές πωλήσεις.

Τρίτον, ο βαθμός ομοιογένειας των εμπορεύματος. Δηλαδή σε τι βαθμό οι αγοραστές αποδίδουν στο εμπόρευμα χαρακτηριστικά που το κάνουν να διαφέρει σημαντικά ή καθόλου από ανάλογα εμπορεύματα που παράγουν άλλες επιχειρήσεις. Πρέπει να σημειωθεί ότι δύο εμπορεύματα, π.χ. δύο είδη οδοντόπαστας μπορεί να διαφέρουν σε ουσιώδη χαρακτηριστικά (στο βαθμό προστασίας από την τερηδόνα), αλλά οι αγοραστές-καταναλωτές να τα θεωρούν όμοια. Αντίθετα δύο άλλα εμπορεύματα, π.χ. δύο απορρυπαντικά για τα πιάτα, μπορεί να έχουν ακριβώς την ίδια χημική σύνθεση και να πλένουν εξίσου καλά αλλά οι καταναλωτές να τα θεωρούν διαφοροποιημένα εμπορεύματα.