



Α.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.  
Τμήμα Λογιστικής &  
Χρηματοοικονομικής

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

# Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.



Χρυσοβαλάντω Νομικού

ΑΜ 15192

Επιβλέπων καθηγήτρια: Δεδούλη Αικατερίνη

Αθήνα , Οκτώβριος 2017

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192  
Εισαγωγή**

---

Οι ανθρώπινες ανάγκες με την πάροδο του χρόνου και την συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας αυξάνονται, έτσι οι επιχειρήσεις καλούνται να δράσουν για να καλύψουν αυτή την ζήτηση, όπως επίσης και να επωφεληθούν όσο το δυνατό περισσότερο από αυτό. Η τεχνολογία και το σύγχρονο Marketing, είναι μέσα τα οποία μια επιχείρηση έχει στην διάθεση της και πρέπει να τα αξιοποιήσει κατάλληλα για να πετύχει το στόχο της. Βασικός σκοπός-στόχος μια επιχείρησης είναι η πραγματοποίηση του μέγιστου κέρδους με το μικρότερο δυνατό κόστος. Για να πραγματοποιηθεί όμως αυτό μια επιχείρηση πρέπει να προβεί σε μια σειρά από ενέργειες τόσο από το στάδιο της προμήθειας πρώτων και βοηθητικών υλών και γενικότερα της παραγωγής των προϊόντων ή υπηρεσιών αλλά και μέχρι το στάδιο της διαφήμισης, προώθησης και διανομής των προϊόντων/υπηρεσιών που παράγει. Πέρα όμως από αυτά που αφορούν καθαρά το εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης καλείται να λάβει μέτρα και για το εξωτερικό της περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα πρέπει να αντιμετωπίσει και τις άλλες επιχειρήσεις που υπάρχουν και δραστηριοποιούνται παράλληλα με εκείνη και προσφέρουν τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες. Έτσι πρέπει να σχεδιάσει κατάλληλα την στρατηγική που θα ακολουθήσει ώστε να προσελκύσει νέους πελάτες, να διατηρήσει τους ήδη υπάρχοντες, να ισχυροποιήσει την θέση της στην αγορά καθώς και να την επεκτείνει περισσότερο ανάλογα με την επιθυμία της. Το δύσκολο δεν είναι μόνο μια επιχείρηση να βάλει σε εφαρμογή τη στρατηγική της αλλά και να την σχεδιάσει κατάλληλα ώστε να λάβει υπόψη της όλους τους παράγοντες που μπορεί να την επηρεάσουν.

Η αγορά στην οποία προσφέρονται τα προϊόντα ή υπηρεσίες είναι μεγάλη και μπορεί να αφορά τόσο την κάλυψη εθνικών αναγκών όσο και την κάλυψη αναγκών των ανθρώπων σε άλλες χώρες του εξωτερικού. Κάθε επιχείρηση μοιάζει με έναν αθλητή σε αγώνα δρόμου με εμπόδια, υπάρχουν και άλλοι πολλοί αθλητές σαν και εκείνον που διαγωνίζονται στην ίδια αρένα και για τον ίδιο στόχο, ο καθένας εκμεταλλεύεται στο έπακρο τις δυνατότητες του για να ξεπεράσει τους άλλους, για να βγει νικητής και να θέσει μεγαλύτερους στόχους στον επόμενο αγώνα. Αυτός ο αγώνας είναι ο ανταγωνισμός. Η προσπάθεια δηλαδή κάθε επιχείρησης να υπερτερεί έναντι των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου της. Γι' αυτό προσπαθεί να αναζητά τους οικονομικότερους πόρους και την κατάλληλη τεχνολογία που θα χρησιμοποιήσει στην

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

παραγωγή της για να μειώσει το λειτουργικό της κόστος, να μεγιστοποιήσει την παραγόμενη ποσότητα, να διατηρήσει της ποιότητα, να προσδιορίσει κατάλληλα την τιμολογιακή της πολιτική ώστε να είναι « προσβάσιμη» από όλους τους καταναλωτές. Η βιωσιμότητα μιας επιχείρησης συνδέεται σημαντικά με την ανταγωνιστικότητα της!!

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ως μια ομάδα 28 κρατών μελών μια από τις μεγαλύτερες οικονομικές και πολιτικές οντότητες του κόσμου με στόχο την διατήρηση της ειρήνης μεταξύ τους και την κάλυψη των αναγκών τους ,λαμβάνει και εκείνη θέση στον ανταγωνισμό ρυθμίζοντας κατάλληλα τις σχέσεις τους ώστε να ανταλλάσουν αγαθά και υπηρεσίες και να αλληλοκαλύπτουν τις ανάγκες τους. Παρέχει δηλαδή στα κράτη μέλη της, την δυνατότητα της εσωτερικής αγοράς με ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, υπηρεσιών, κεφαλαίων και ανθρώπων. Διαθέτει κοινή αγροτική και αλλιευτική πολιτική, κοινή εμπορική και περιφερειακή πολιτική για την ενίσχυση των φτωχών περιφερειών της. Η Ε.Ε στηρίζει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων στα κράτη μέλη της καθώς μέσω αυτών επωφελούνται οι κάτοικοι τους που μπορούν να απολαμβάνουν περισσότερα αγαθά και υπηρεσίες ,ενώ από την άλλη πλευρά οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε διαρκή προσπάθεια για να καλύψουν νέες επιθυμίες και να αναζητήσουν καινοτομίες για να δημιουργήσουν νέες καταναλωτικές ανάγκες. Ο τρόπος με τον οποίο η Ε.Ε παρεμβαίνει στις επιχειρήσεις των κρατών μελών είναι με την έκδοση οδηγιών και κανονισμών προς αυτές όπου θέτει όρους ως προς την ποσότητα διακίνησης, τον τρόπο διανομής αυτών καθώς και την εξέταση της ποιότητας θέτοντας μέτρα αξιολόγησης. Μέσω αυτών προσπαθεί και ελέγχει τις μορφές του ανταγωνισμού στα κράτη μέλη, πώς αναπτύσσεται η καθεμιά τους, πως επηρεάζουν τον κλάδο και την οικονομία γενικότερα. Οι αποφάσεις της είναι ιδιαίτερα σημαντικές καθώς ενέχουν θέση κανόνα δικαίου και οποιοσδήποτε τις αγνοήσει ή δεν τις λάβει υπόψη του συνεπάγεται τις κυρώσεις αυτών. Κυρώσεις που έχουν μεγάλο κόστος τόσο για το κράτος όσο και για τις επιχειρήσεις καθώς μπορεί να συνεπάγονται την προσωρινή άρση της δραστηριότητας ή και την απαγόρευση διακίνησης των προϊόντων στις χώρες.

Στην εργασία αυτή επομένως θα παρακολουθήσουμε τις διάφορες μορφές αγοράς που υπάρχουν , πως αναπτύσσεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

και ποια είναι η στάση της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε καθεμιά από αυτές, τον τρόπο και τα μέσα τα οποία επιλέγει για να παρέμβει, που στοχεύει, ποια τα προβλήματα που προκύπτουν και οι λύσεις που παραθέτουμε και τέλος πως προσπαθεί να διατηρήσει μια οικονομική ισορροπία στο εσωτερικό της.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή .....	2
1. Η έννοια του ανταγωνισμού .....	7
1.1. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του ανταγωνισμού. ....	7
2. Η μορφή του πλήρη/τέλειου ανταγωνισμού .....	8
2.1 Τα χαρακτηριστικά του πλήρη/τέλειου ανταγωνισμού. ....	9
2.2 Η στάση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τέλειο ανταγωνισμό. ....	11
2.3 Παράδειγμα επιχείρησης στον τέλειο ανταγωνισμό. ....	11
3. Η μορφή του μονοπωλίου .....	13
3.1 Τα αίτια που δημιουργούν το μονοπώλιο. ....	14
3.2. Η συμπεριφορά της μονοπωλιακής επιχείρησης .....	16
3.3. Η διαφορά του μονοπωλίου με το τέλειο ανταγωνισμό. ....	17
3.4. Διαφορισμός τιμών .....	19
3.5. Η κρατική επέμβαση για τον έλεγχο του μονοπωλίου. ....	20
3.6. Η παρέμβαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο μονοπώλιο. ....	22
4. Ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός .....	25
4.1. Τα χαρακτηριστικά του μονοπωλιακού ανταγωνισμού .....	25
4.2. Οι επιχειρήσεις του μονοπωλιακού ανταγωνισμού στην βραχυχρόνια και μακροχρόνια περίοδο. ....	26
4.3. Παραδείγματα του μονοπωλιακού ανταγωνισμού. ....	28
4.4. Η στάση της Ε.Ε στον μονοπωλιακό ανταγωνισμό. ....	29
5. Η μορφή του ολιγοπωλίου .....	29
5.2. Χαρακτηριστικά του ολιγοπωλίου .....	30
6. Οικονομικές ενώσεις .....	31
7. Οι κανόνες του ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση .....	33
7.1 Η στάση της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προάσπιση του ανταγωνισμού. ....	34
7.2. Οι υποχρεώσεις κάθε κυβέρνησης για την ανάπτυξη του κράτους και την βελτίωση των συνθηκών των πολιτών της. ....	34
7.3. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ελέγχει τις κρατικές ενισχύσεις. ....	35
7.4 Ένας ακόμα λόγος που η Ευρωπαϊκή Ένωση θέσπισε κανόνες ανταγωνισμού. ....	36
8. Το συμβούλιο ανταγωνιστικότητας. ....	36

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

<b>8.1 Οι υποχρεώσεις και οι αρμοδιότητες που κατέχει το συμβούλιο ανταγωνιστικότητας.....</b>	<b>37</b>
<b>9. Η νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον ανταγωνισμό.....</b>	<b>37</b>
<b>9.1 Πολιτική ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση. ....</b>	<b>41</b>
<b>9.2. Η κρατική φορολογία και η θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....</b>	<b>42</b>
<b>10. Συμπεράσματα .....</b>	<b>45</b>
<b>11. Βιβλιογραφία.....</b>	<b>47</b>

## ***1. Η έννοια του ανταγωνισμού***

---

### ***1.1. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του ανταγωνισμού.***

**Τα πλεονεκτήματα<sup>1</sup>:** Με στόχο το κέρδος ο ανταγωνισμός ωθεί τις επιχειρήσεις να αναζητούν τρόπους για να προσελκύσουν πελάτες, να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν μέσα στον κλάδο που δραστηριοποιούνται έναντι άλλων επιχειρήσεων μέσα σ' αυτόν<sup>2</sup>. Για να το πετύχουν αυτό προβαίνουν σε ενέργειες που πιθανά θα μειώσουν τις τιμές, θα αυξήσουν την παραγωγή και θα βελτιώσουν την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων. Από αυτές τις ενέργειες ωφελείται σημαντικά και ο καταναλωτής καθώς μπορεί να απολαμβάνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγονται και διατίθενται στην αγορά, χωρίς να ξοδεύει πολλά χρήματα. Άρα τα προϊόντα αυτά και οι υπηρεσίες είναι διαθέσιμα σε μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού. Επομένως η αύξηση της παραγωγής με χαμηλό κόστος κάνει τις επιχειρήσεις να ψάχνουν νέους τρόπους για να αυξήσουν ακόμα περισσότερο τα έσοδα τους και να οξύνουν το ενδιαφέρον των αγοραστών.<sup>3</sup> Γι αυτό αναζητούν καινοτομίες που μπορεί να αφορούν την παραγωγή βέλτιστων προϊόντων ή υπηρεσιών, την εξεύρεση νέων τεχνικών και την δημιουργία νέων καλύτερων προϊόντων/ υπηρεσιών. Επίσης εστιάζουν ιδιαίτερα σε τεχνικές προώθησης όπως είναι οι διαφημίσεις, οι προσφορές, τα δώρα που συνοδεύονται με την αγορά και στο τρόπο διανομής και διάθεσης των προϊόντων / υπηρεσιών, ώστε αυτά να είναι εύκολα διαθέσιμα σε όλους τους καταναλωτές.

**Τα μειονεκτήματα:** Μειονεκτήματα στον ανταγωνισμό παρατηρούνται όταν δεν υφίστανται περιορισμοί μεταξύ των επιχειρήσεων και η μια τείνει να μιμείται ή και να αντιγράφει την άλλη<sup>4</sup>. Πιο συγκεκριμένα όταν τα προϊόντα που παράγει μια

---

<sup>1</sup> <https://www.el.wikipedia.org/wiki/Ανταγωνισμός>.

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/competition/consumers/why\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/why_el.html)

<sup>3</sup> <https://www.workbiz.gr/ygihs-adagonismos/>

<sup>4</sup> <https://sites.google.com/site/morphesagorasaspaita/pleonektemata-meionektemata>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

επιχείρηση μπορούν να αντιγραφούν και να αναπαραχθούν από άλλες επιχειρήσεις χωρίς κανένα υφιστάμενο εμπόδιο τότε δεν υπάρχει λόγος για ανάπτυξη, καθώς η καινοτομία μιας επιχείρησης μπορεί να της αποφέρει κέρδος για χρονικό διάστημα που ισοδυναμεί με το χρόνο που χρειάζεται μια άλλη επιχείρηση στον ίδιο κλάδο να παράγει το ίδιο προϊόν. Το γεγονός αυτό αποτελεί αντικίνητρο για τις επιχειρήσεις να προσπαθούν να βελτιστοποιήσουν τα προσφερόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες τους και την ποιότητα αυτών. Γι αυτό μια επιχείρηση για να έχει λόγο να προσπαθεί και να εξελίσσεται προσφέροντας το καλύτερο στους καταναλωτές, θα πρέπει να διαμορφωθούν οι κατάλληλοι περιορισμοί και συνθήκες κάτω από τις οποίες ο καταναλωτής θα διατηρήσει το ενδιαφέρον του σε αυτήν ζωντανό, θα την ξεχωρίσει έναντι των άλλων και θα την συνδέσει με το προϊόν<sup>5</sup>. Λύση σε αυτό έρχεται να δώσει το σήμα, όπου ο καταναλωτής συνδέει το προϊόν με τον παραγωγό του και το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που όπου προσφέρει το δικαίωμα στον κάτοχο του για ορισμένο διάστημα ότι οι ανταγωνιστές δεν μπορούν να μιμηθούν μια καινοτομία. Στην περίπτωση όμως που τα προϊόντα είναι όμοια και δεν υπάρχει κάποια εμφανής διαφορά που να τα διακρίνει όπως πχ. το λάδι υφίστανται ανταγωνισμό ακόμα και αν υπάρχει σήμα και ευρεσιτεχνία. Καθώς ο καταναλωτής δεν αντιλαμβάνεται την τυχόν διαφορά στην ποιότητα, εστιάζει στην τιμή για να αγοράσει το προϊόν χωρίς να θέλει να διαθέσει πολλά χρήματα γι' αυτό. Επομένως οι επιχειρήσεις αυτές για να γίνουν πιο ανταγωνιστικές: Είτε εστιάζουν στην επιθυμία των καταναλωτών μειώνοντας τις τιμές, όπου στην περίπτωση των επιχειρήσεων παραγωγής ελαίου το γεγονός αυτό σε αρκετές περιπτώσεις είναι εις βάρος των παραγωγών. Είτε εστιάζουν στη μείωση των τιμών, με συνέπειες στην ποιότητα του προϊόντος για την μείωση του προβλεπόμενου κόστους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να έχει αρνητική επίδραση τόσο για την ίδια την επιχείρηση που πουλάει στο όριο του κόστους της, όσο και για τον καταναλωτή εν συνεχεία.

## ***2. Η μορφή του πλήρη/τέλειου ανταγωνισμού***

---

Ο τέλειος ανταγωνισμός<sup>6</sup> παρατηρείται όταν υπάρχει μεγάλος αριθμός πωλητών στην αγορά, ενώ δεν υφίστανται όρια στον κλάδο σχετικά με τον τρόπο διάθεσης, την τιμολογιακή πολιτική των προϊόντων ή των υπηρεσιών και την είσοδο

<sup>5</sup> <https://sites.google.com/site/morphesagorasaspait/pleonektemata-meionektemata>

<sup>6</sup> <http://www.el.wikipedia.org/wiki/ανταγωνισμός>



**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

και έξοδο από την εκάστοτε χώρα για κάθε άτομο που επιθυμεί να ενταχθεί στην παραγωγή των αγαθών αυτών.<sup>7</sup>

Επίσης κανένας από τους πωλητές δεν μπορεί να επηρεάσει τις τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών στην αγορά προς όφελος του, καθώς υπάρχουν πολλοί πωλητές όμοιοι με εκείνον που δίνουν την δυνατότητα στους καταναλωτές να έχουν πολλές διαφορετικές επιλογές για την απόκτηση του ίδιου αγαθού.<sup>8</sup> Επομένως οποιαδήποτε προσπάθεια πωλητή να επηρεάσει τις τιμές λειτουργεί εις βάρος του και κάνει τους καταναλωτές να στραφούν σε άλλο πωλητή, εφόσον η διαφοροποίηση στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες είναι μηδαμινή.

**2.1 Τα χαρακτηριστικά του πλήρη/τέλειου ανταγωνισμού.**

Τα χαρακτηριστικά<sup>9</sup> του τέλειου ανταγωνισμού είναι τα εξής:

- i. Πολλές επιχειρήσεις στον ίδιο κλάδο.
- ii. Ομοιότητα/ ομοιογένεια στα παραγόμενα προϊόντα.
- iii. Τέλεια πληροφόρηση στους καταναλωτές.
- iv. Ελεύθερη είσοδο και έξοδο από τον κλάδο.

Καθώς η επιρροή στην τιμή που επικρατεί στην αγορά είναι αδύνατη σύμφωνα με τις συνθήκες του τέλειου ανταγωνισμού, η καμπύλη ζήτησης για τα προϊόντα είναι μια οριζόντια γραμμή που επισημαίνει ότι κάθε αύξηση της ποσότητας ενός προϊόντος θα απορροφηθεί και δεν θα επηρεάσει την τιμή.<sup>10</sup> Επομένως μια ανταγωνιστική επιχείρηση θα επιλέξει να παράγει ποσότητα προϊόντος όπου η τιμή του (οριακό έσοδο) θα είναι ίση με το κόστος παραγωγής του και του φόρους που συνεπάγονται με αυτό (οριακό κόστος).

Παρ' όλα αυτά όμως κάθε επιχείρηση θέλει να αυξήσει τα κέρδη της και για αυτό είναι διατιθέμενη να προβεί σε μια σειρά από προσπάθειες ώστε να καταφέρει να το πετύχει. Τα μέγιστα κέρδη στο τέλειο ανταγωνισμό μπορούν να πραγματοποιηθούν στο σημείο επαφής του οριακού εσόδου με το οριακό κόστος.

---

<sup>7</sup> <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/cebcbceb5cf81cebfcf82-2.pdf>

<sup>8</sup> <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/cebcbceb5cf81cebfcf82-2.pdf>

<sup>9</sup> <https://www.euretirio.com/pliris-elftheros-teleios-antagonismos/>

<sup>10</sup> <http://kritiki.gr/microsites/isagogi-ikononiki/chapter/ch8#@featured-feat-ennia>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

Άρα η βιωσιμότητα και η διατήρηση μιας επιχείρησης στον κλάδο όταν υπάρχει τέλειος ανταγωνισμός συνεπάγεται ότι τα έσοδα από τις πωλήσεις των προϊόντων της θα μπορούν τουλάχιστον να καλύπτουν το κόστος παραγωγής τους.

Ακόμα η είσοδος και η έξοδος από τον κλάδο είναι μια σημαντική δυνατότητα που προσφέρει ο τέλειος ανταγωνισμός, αφού κάθε επιχείρηση μπορεί να κρίνει τις υπάρχουσες συνθήκες και να επιλέξει αν θα εισχωρήσει σε έναν κλάδο ή θα αποχωρήσει από κάποιον. Όταν μια επιχείρηση είναι κερδοφόρα ελκύει και άλλους επιχειρηματίες να έρθουν στον κλάδο. Το γεγονός αυτό αυξάνει σημαντικά την παραγόμενη ποσότητα με αποτέλεσμα την μείωση της κερδοφορίας.<sup>11</sup> Πιο συγκεκριμένα η μεγάλη αύξηση της προσφοράς οδηγεί σε μείωση της τιμής πώλησης καθώς η προσφορά μπορεί να ξεπερνά την υπάρχουσα ζήτηση. Το γεγονός αυτό ευνοεί ιδιαίτερα τους καταναλωτές καθώς μπορούν να αγοράζουν τα προϊόντα που αγόραζαν και να πληρώνουν λιγότερα για την απόκτηση τους. Ενώ επίσης η πρόσβαση στα προϊόντα είναι εύκολη για το πλήθος των καταναλωτών, αφού και εκείνοι με χαμηλά εισοδήματα μπορούν να τα αγοράσουν. Η είσοδος όμως σε έναν κλάδο έχει όρια εξαντλήσεως, όταν τα περιθώρια κέρδους τείνουν στο μηδέν.<sup>12</sup> Όταν μια επιχείρηση φτάσει στο σημείο να αδυνατεί να καλύψει το κόστος της από τα έσοδα που εισπράττει από τις πωλήσεις, τότε υπάρχει πρόβλημα, η επιχείρηση γίνεται ζημιογόνα και οι επόμενες αποφάσεις της είναι ιδιαίτερα ριψοκίνδυνες. Μια τέτοια κατάσταση κάνει την επιχείρηση να στρέψει την προσοχή της αλλού και να εγκαταλείψει το κλάδο. Λόγω όμως της καλής πληροφόρησης που υπάρχει σε αυτή την μορφή αγοράς τα νέα μεταδίδονται γρήγορα και όταν μια επιχείρηση τείνει να είναι ζημιογόνα δημιουργεί αντικίνητρο και στις άλλες επιχειρήσεις που επιθυμούσαν να εισέλθουν στον κλάδο.

Επομένως μια επιχείρηση στον τέλειο ανταγωνισμό<sup>13</sup> για να πετύχει το στόχο δηλαδή την μεγιστοποίηση του κέρδους της έναντι των υπολοίπων, θα πρέπει να προβεί σε ενέργειες που θα μεγαλώσουν τη διαφορά μεταξύ του συνολικού εσόδου από το συνολικό κόστος. Άρα το κέρδος θα αυξηθεί μόνο όταν μειωθεί το κόστος παραγωγής και αυτό μπορεί να γίνει με καλύτερη οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας, όπως η αναζήτηση οικονομικότερων πρώτων υλών, φθηνότερο εργατικό

<sup>11</sup> <http://kritiki.gr/microsites/isagogi-ikonomiki/chapter/ch8#@featured-feat-ennia>

<sup>12</sup> <https://sites.google.com/site/morphesagorasaspate/pleonektemata-meioneektemata>

<sup>13</sup> <https://www.euretirio.com/pliris-elftheros-teleios-antagonismos/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

δυναμικό, αναζήτηση νέας τεχνολογίας ή εποικοδομητική αξιοποίηση της ήδη υπάρχουσας. Γενικότερα απαιτούνται δράσεις εκμετάλλευσης στο έπακρο των παραγωγικών πόρων με τον συμφερότερο τρόπο, ώστε να μειωθεί σημαντικά το κόστος, να διατηρηθεί ή βελτιωθεί η ποιότητα και διατηρηθεί ή αυξηθεί η παραγόμενη ποσότητα.

Πρέπει να επισημάνουμε ότι ο τέλειος ανταγωνισμός είναι μια μορφή αγοράς που σπάνια συναντούμε στην πραγματικότητα. Παρατηρείται συνήθως σε ορισμένα γεωργικά προϊόντα όπως είναι το ρύζι, το σιτάρι και σε κτηνοτροφικά προϊόντα όπως το γάλα και το κρέας.

### **2.2 Η στάση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τέλειο ανταγωνισμό.**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση υπέρ του τέλειου ανταγωνισμού <sup>14</sup>αφού παρέχεται στους καταναλωτές πληθώρα επιλογών μεταξύ των προϊόντων ή των υπηρεσιών που μπορούν να προμηθευτούν από πολλές επιχειρήσεις και σε τιμές που καλύπτουν όλες οικονομικές τάξεις των καταναλωτών από φτωχούς μέχρι πλούσιους.<sup>15</sup> Κάθε πωλητής μπορεί να δραστηριοποιηθεί στον κλάδο χωρίς να τίθενται περιορισμοί στην είσοδο ή έξοδο, εκμεταλλευόμενος την ελεύθερη πληροφόρηση. Επίσης θέτει κανόνες για την προστασία του τέλειου ανταγωνισμού τους οποίους κάθε επιχείρηση οφείλει να σέβεται και να μην παραβιάζει, καθώς συνεπάγονται κυρώσεις. Οι κανόνες αυτοί ισχύουν σε όλες τις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωση και τα εθνικά δικαστήρια κάθε χώρας υποχρεούνται να τις τηρούν. Με αυτό τον τρόπο η Ευρωπαϊκή Ένωση δημιουργεί ένα κλίμα σταθερότητας και ανάπτυξης στο εσωτερικό της, ενώ παράλληλα οι κάτοικοι των κρατών μελών έχουν έναν ευρύ χώρο αναζήτησης και διακίνησης προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με την κοινή εμπορική πολιτική και την ελεύθερη διακίνηση εμπορευμάτων, κεφαλαίων και προσώπων μεταξύ αυτών.

### **2.3 Παράδειγμα επιχείρησης στον τέλειο ανταγωνισμό.**

Ο τέλειος ανταγωνισμός είναι μια μορφή αγορά που σπάνια παρατηρείται στην αγορά καθώς οι επιχειρήσεις προσπαθούν συνεχώς και με κάθε τρόπο να κάνουν τα προϊόντα που παράγουν ακόμα και αν είναι όμοια με άλλων παραγωγών να εμφανίζουν μια διαφορετικότητα.<sup>16</sup> Ως παράδειγμα που θα μπορούσε να εμφανιστεί η

<sup>14</sup> [http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index_el.htm)

<sup>15</sup> [https://europa.eu/european-union/topics/competition\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/competition_el)

<sup>16</sup> <http://kritiki.gr/microsites/isagogi-ikononiki/chapter/ch8#@featured-feat-ennia>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

μορφή του πλήρη ανταγωνισμού είναι στην παραγωγή καλαμποκιού. Το καλαμπόκι είναι ένα προϊόν ευρέως διαδεδομένο για τις διατροφικές του αξίες και καταναλώνετε από το κοινό. Η παραγωγή του καλαμποκιού δεν διαφέρει από τις παραγωγές των υπολοίπων παραγωγών και έτσι όσοι αποφασίσουν να ασχοληθούν με αυτό δεν μπορούν να διαφοροποιήσουν το προϊόν καθώς είναι παντού και πάντα ίδιο ώστε να προσελκύσουν περισσότερους καταναλωτές. Έτσι παρατηρείτε ότι εάν ένας παραγωγός καλαμποκιού αποφασίσει να μεταβάλλει την τιμή που διαθέτει το καλαμπόκι το γεγονός αυτό θα είναι εις βάρος του ,καθώς οι ενδεχόμενοι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να προμηθευτούν καλαμπόκι από άλλους παραγωγούς χωρίς να υπάρχει διαφορά στο προϊόν. Έτσι ο μόνος τρόπος όπου ένας παραγωγός μπορεί να αυξήσει το κέρδος του έναντι των υπολοίπων είναι να επιλέξει να παράγει καλαμπόκι και να προβεί σε μια σειρά από ενέργειες όπου το κόστος που απαιτείται για την παραγωγή του θα είναι μειωμένο, έναντι των υπολοίπων. Μόνο όταν καταφέρει να έχει μικρότερο κόστος παραγωγής από την προσφερόμενη τιμή πώλησης έχει ελπίδες να αποκτήσει κέρδος.<sup>17</sup> Βέβαια και η τακτική της μείωσης του κόστους παραγωγής διαρκεί για περιορισμένο χρονικό διάστημα καθώς ο μιμητισμός δεν είναι δυνατόν να αποφευχθεί, επομένως αναμένετε και άλλοι παραγωγοί να ακολουθήσουν τέτοια τακτική. Αν αυτό συμβεί τότε τα πράγματα αντί να γίνονται καλύτερα τείνουν να χειροτερεύουν γιατί, καθώς το κόστος παραγωγής θα μειωθεί σημαντικά ,θα μειωθεί εν συνεχεία και η τιμή πώλησης του προϊόντος. Έτσι αφού σε αυτή την μορφή αγοράς η πληροφόρηση διαχέετε ελεύθερα και χωρίς να τίθενται περιορισμοί τα νέα θα διαδοθούν γρήγορα και η συνεχής μείωση των τιμών θα φτάσει στο στάδιο να οδηγήσει τους παραγωγούς σε άρση προσφοράς ή αποχώρηση από το κλάδο. Από την άλλη πλευρά ένας παραγωγός που δραστηριοποιείτε στην παραγωγή καλαμποκιού και δεν μπορεί να παρέμβει δραστικά στο κόστος παραγωγής καθώς γνωρίζει ότι αυτό δεν εξαρτάται αποκλειστικά από εκείνον, αλλά επηρεάζετε και από τις υπάρχουσες καιρικές συνθήκες μπορεί να σκεφτεί να δράσει διαφορετικά.<sup>18</sup> Αν στην προσπάθεια του να αυξήσει τα πιθανά του κέρδη με άλλα μέσα, όπως είναι η διαφήμιση και έτσι να προωθήσει περισσότερο τη δική του παραγωγή, τα αποτελέσματα μπορεί να είναι θετικά, αλλά και πάλι για μικρό χρονικό διάστημα. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι η διαφήμιση για ένα προϊόν παραγωγής όπως για

---

<sup>17</sup> <http://kritiki.gr/microsites/isagogi-ikonomiki/chapter/ch8#@featured-feat-ennia>

<sup>18</sup> <https://www.euretirio.com/pliris-elftheros-teleios-antagonismos/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

παράδειγμα στην συγκεκριμένη περίπτωση το καλαμπόκι , διατίθεται από πολλούς παραγωγούς και η διαφορά μεταξύ των προσφερόμενων προϊόντων και από τους άλλους παραγωγούς είναι μηδαμινή. Έτσι η ενέργεια της διαφήμισης να μεν θα αύξανε τα κέρδη του εκάστοτε παραγωγού, αλλά θα λειτουργούσε και ως διαφήμιση και για τους άλλους παραγωγούς καλαμποκιού.

Συμπερασματικά παρατηρείται ότι στη μορφή του πλήρη ή τέλειου ανταγωνισμού, η διάκριση ενός παραγωγού έναντι των υπολοίπων του κλάδου είναι για περιορισμένο χρονικό διάστημα ή σχεδόν καθόλου. Η μορφή αυτή της αγοράς είναι ιδιαίτερα θεμιτή από την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς, δίνετε η δυνατότητα στους καταναλωτές να επιλέξουν να προμηθευτούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με σχετική ευκολία. Αυτό παρατηρείτε γιατί όλα είναι εύκολα διαθέσιμα στους καταναλωτές, οι διαφορές μεταξύ τους είναι ελάχιστες ή και ανύπαρκτες και η τιμή που προσφέρονται μπορεί να καλύψει όλα τα οικονομικά στρώματα καθώς ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα να επιλέξει μεταξύ των παραγωγών και να αγοράσει το ίδιο προϊόν στην φθηνότερη δυνατή τιμή.

### **3. Η μορφή του μονοπωλίου**

---

Όταν το προϊόν παράγεται από μία επιχείρηση τότε η αγορά είναι μονοπωλιακή. Βέβαια σήμερα υπάρχουν πολλά προϊόντα και υπηρεσίες που συνεχώς εξελίσσονται και η δημιουργία του μονοπωλίου είναι σχεδόν απίθανη ή ακόμα και αν υφίσταται ,αποσκοπεί σε μικρό πλήθος αγαθών.<sup>19</sup> Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχουν πολλά προϊόντα που ικανοποιούν το ίδιο μια ανάγκη, αυτά είναι τα λεγόμενα υποκατάστατα.<sup>20</sup> Υποκατάστατα είναι τα προϊόντα που μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει για να καλύψει μια ανάγκη του το ίδιο αντί με την χρήση κάποιων άλλων προϊόντων Παράδειγμα υποκατάστατων προϊόντων αποτελούν το βούτυρο με την μαργαρίνη, το χοιρινό με το μοσχαρίσιο κρέας, τα σπέρτα με τον αναπτήρας κ.α. Επειδή όμως υπάρχουν πολλά αγαθά που είναι υποκατάστατα, επομένως είναι

---

<sup>19</sup> [http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205\\_Monopoly%20Inneciency.pdf](http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205_Monopoly%20Inneciency.pdf)

<sup>20</sup> <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=674463>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

δύσκολο να υπάρξει το μονοπώλιο, καθώς και το ίδιο το κράτος παρεμβαίνει για να αποτρέψει την δημιουργία του, με κρατικοποίηση κάθε μονοπωλίου.<sup>21</sup>

Κάποια από τα χαρακτηριστικά του μονοπωλίου είναι<sup>22</sup>:

- i. Υπάρχει μόνο μια επιχείρηση όπου αναλαμβάνει το έργο να παράγει και διαθέτει στο καταναλωτικό κοινό το προϊόν ή την υπηρεσία.
- ii. Δεν έχει βρεθεί ακόμη κάποιο προϊόν ή υπηρεσία που να μπορεί να υποκαταστήσει στον ίδιο βαθμό το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, επομένως έχουμε απουσία υποκατάστατων προϊόντων.

### **3.1 Τα αίτια που δημιουργούν το μονοπώλιο.**

Τα αίτια που δημιουργούν το μονοπώλιο στην παραγωγή ενός προϊόντος είναι:

- i. Διάθεση του προϊόντος ή της υπηρεσίας αποκλειστικά από ένα άτομο ή επιχείρηση, επειδή έχει υπό την κατοχή του κάποιο παραγωγικό συντελεστή που του επιτρέπει να προσφέρει την παραγωγή και διάθεση προϊόντων ή υπηρεσιών σε αποκλειστικότητα. Πρέπει να αναφέρουμε ότι το εν λόγω άτομο ή επιχείρηση αναλαμβάνει αποκλειστικά την παραγωγή και διάθεση, όπως επίσης έχει την ευχέρεια να θέσει του όρους του, όσο αναφορά την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει, τον τρόπο διάθεσης της κ.α. Παράδειγμα αποτελούν τα ζεστά νερά στο ηφαίστειο της Σαντορίνης.
- ii. Φυσικό μονοπώλιο<sup>23</sup>, είναι εκείνο που παρατηρείται όταν το προϊόν ή υπηρεσία παράγεται και προσφέρεται από μια επιχείρηση με χαμηλότερο κόστος από ότι δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις. Παράδειγμα μπορεί να αποτελέσουν τα προϊόντα που διατίθενται στα σούπερ μάρκετ στα οποία αναφέρετε αποκλειστικά το σήμα του σούπερ μάρκετ. Τα προϊόντα αυτά είναι ίδια με τα προϊόντα που προσφέρονται από άλλες επώνυμες επιχειρήσεις μέσω των σούπερ μάρκετ. Η διαφορά τους παρατηρείται στο κόστος απόκτησης

---

<sup>21</sup> <https://el.wikipedia.org/wiki/Μονοπώλιο>

<sup>22</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

<sup>23</sup> [http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205\\_Monopoly%20Inneficiency.pdf](http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205_Monopoly%20Inneficiency.pdf)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

<sup>24</sup>τους καθώς είναι σημαντικά μικρότερο σε σχέση με ίδια προϊόντα που προσφέρονται με διαφορετικό σήμα.

- iii. Η γνώση και η τεχνολογία<sup>25</sup> που μια επιχείρηση μπορεί να έχει στην κατοχή της για να προβεί στην παραγωγή του προϊόντος ή της υπηρεσίας που θα το κάνει μοναδικό στην αγορά αυξάνοντας σημαντικά τις πωλήσεις της<sup>26</sup>. Παραδείγματα αποτελούν η ανακάλυψη κάποιου φαρμάκου για την θεραπεία κάποιας νόσου, επιτεύγματα της τεχνολογίας σε διάφορους τομείς και εφαρμογές.
- iv. Η κρατική παρέμβαση<sup>27</sup> και αποκλειστική ανάληψη της παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας στο καταναλωτικό κοινό προς κάλυψη των αναγκών και προς το κοινωνικό συμφέρον. Στην περίπτωση αυτή το κράτος είτε αναλαμβάνει εκείνο την παραγωγή, είτε κρατικοποιεί την επιχείρηση που παράγει το προϊόν. Στόχος της κρατικοποίησης είναι να συμβάλει προς το κοινωνικό σύνολο και να προσφέρει σ' αυτό. Παράδειγμα αποτελεί η ΔΕΥΑ όπου προσφέρει υπηρεσίες ύδρευσης και αποχέτευσης.
- v. Η επικράτηση του ισχυρότερου στο κλάδο<sup>28</sup>. Συχνά παρατηρείται στην αγορά κάποιες επιχειρήσεις να έχουν μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων έναντι άλλων επιχειρήσεις που τυγχάνει να προσφέρουν παρόμοιο ή και το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία. Το γεγονός αυτό συμβαίνει λόγω της καλύτερης διαχείρισης που μπορεί να έχει η εν λόγω επιχείρηση όσο αναφορά το εσωτερικό και το εξωτερικό της περιβάλλον. Αυτό συνεπάγεται ότι γίνεται ιδιαίτερα ανταγωνιστική έναντι στις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Όταν μια επιχείρηση καταφέρει να βρει « το μαγικό κλειδί» για να αυξήσει τις πωλήσεις της και παράλληλα να διατηρήσει το κόστος της σταθερό ή να το μειώσει τότε η ανάπτυξη της είναι σημαντική. Ιδιαίτερα στην περίπτωση όπου οι άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να βρουν τρόπους για να την ανταγωνιστούν και καταλήγει να υπερτερεί έναντι όλων τότε τα πράγματα τείνουν να γίνονται πιο δύσκολα. Στην περίπτωση αυτή πολλές είναι οι επιχειρήσεις όπου λόγω αδυναμίας ανταγωνισμού και σημαντικής πτώσης του

<sup>24</sup> <http://www.xronos.gr/reportaz/dei-ena-monopolio-poy-stadiaka-exasthenei>

<sup>25</sup> <https://www.thepressproject.gr/article/83678/Ena-basiliko-monopolio-pou-to-elegan-OASTh>

<sup>26</sup> <http://www.iefimerida.gr/news/352688/sev-kratiko-monopolio-sti-diafimisi-fernei-nomoshedio-toy-ypoyrgeioy-psifiakis-politikis>

<sup>27</sup> <http://www.xronos.gr/reportaz/dei-ena-monopolio-poy-stadiaka-exasthenei>

<sup>28</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

τζίρου καταλήγουν να αποχωρήσουν από το κλάδο. Επομένως με αυτή την αποχώρηση επιχειρήσεων λόγω αδυναμίας ανταγωνισμούς , η εν λόγω επιχείρηση καταλήγει να είναι κυρίαρχη στον κλάδο της και να δημιουργήσει μονοπώλιο. Δηλαδή θα εξαρτάται αποκλειστικά από εκείνη η παραγωγή και η προσφορά της υπηρεσίας ή του προϊόντος.

**3.2. Η συμπεριφορά της μονοπωλιακής επιχείρησης.**

Μια μονοπωλιακή επιχείρηση η οποία είναι μοναδική στην παραγωγή ενός προϊόντος ,καθώς δεν επιδέχεται ανταγωνισμό μπορεί από μόνη της να καθορίσει τόσο την παραγόμενη ποσότητα που θα προσφέρει ,αλλά και την τιμή που αυτό θα διατίθεται στους καταναλωτές. Βέβαια πρέπει να εξετάσει και τις προτιμήσεις των καταναλωτών, οι οποίες μεταβάλλονται σύμφωνα με τις ανάγκες τους, αλλά και με τις οικονομικές τους δυνατότητες. Γι αυτό θα πρέπει να εξετάσει πολύ προσεκτικά τον όγκο παραγωγής σε σχέση με την τιμή και κατά συνέπεια την ζήτηση που θα έχει αυτό. Όταν ένας καταναλωτής δεν έχει μεγάλη οικονομική επιφάνεια θα αγοράσει λιγότερη ποσότητα ή θα στραφεί σε κάποιο άλλο υποκατάστατο προϊόν ή υπηρεσία ή μπορεί να μην αγοράσει τίποτα. Έτσι η επιχείρηση θα πρέπει να εξετάσει όλες τις πιθανές περιπτώσεις για να καθορίσει ανάλογα την παραγωγή και διάθεση του προϊόντος. Πρέπει να αποφασίσει ποια είναι η καλύτερη δυνατή αναλογία ποσότητας παραγωγής και διάθεσης που μπορεί να απορροφηθεί από την αγορά καθώς και την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει ώστε να είναι εύκολη η απόκτηση τους σε όλα τα οικονομικά στρώματα .<sup>29</sup>

Η μονοπωλιακή επιχείρηση με στόχο το κέρδος για να προσδιορίσει την τιμή που θα ορίσει για το προϊόν της θα λάβει υπόψη της, την μεγαλύτερη δυνατή διαφορά μεταξύ συνολικού εσόδου και συνολικού κόστους. Πιο συγκεκριμένα η επιχείρηση πρέπει να εξετάσει τις διάφορες εναλλακτικές που μπορεί να εφαρμόσει για την παραγωγή των προϊόντων ή των υπηρεσιών της.<sup>30</sup> Αυτό είναι σημαντικό γιατί έτσι θα καταφέρει να ελέγξει τις δαπάνες που απαιτούνται για την παραγωγή, να αναζητήσει οικονομικότερες μεθόδους και παραγωγικούς πόρους και εν συνεχεία να επενδύσει

<sup>29</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

<sup>30</sup> <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=674463>



**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

μέρος από το κόστος που θα διέθετε στην παραγωγή σε εναλλακτικούς τρόπους προώθησης<sup>31</sup>. Επομένως συνεπάγεται ότι το κόστος της θα μειωθεί, η παραγόμενη ποσότητα ενδέχεται να αυξηθεί ή τουλάχιστον να διατηρηθεί σε σταθερό επίπεδο και τα αναμενόμενα έσοδα να αυξηθούν σημαντικά.<sup>32</sup>

Βέβαια πρέπει να παρατηρήσουμε ότι η επιχειρήσει πρέπει για να προβεί στις κατάλληλες ενέργειες μείωσης του κόστους και αύξησης των πωλήσεων και της προσφερόμενης ποσότητας, θα πρέπει να λάβει υπόψη της και άλλους παράγοντες. Πρέπει να εξετάσει

- i. κατά πόσο το προσφερόμενο αγαθό είναι αναγκαίο για τους καταναλωτές,
- ii. κατά πόσο οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν μεγάλο ή μικρό μέρος από το εισόδημα τους για να το αποκτήσουν,
- iii. κατά πόσο η αύξηση της παραγωγής, θα επηρεάσει την ποιότητα
- iv. κατά πόσο η αύξηση της παραγωγής, θα επηρεάσει τις αναμενόμενες πωλήσεις
- v. πιο είναι το ανώτατο όριο τιμής όπου μπορούν να διατεθούν στην αγορά τα αγαθά
- vi. ποιά είναι η ιδανική παραγόμενη ποσότητα και τι δυνατότητες έχει η επιχειρήσει να ανταποκριθεί σε αυτό.

Όταν καταφέρει να εξετάσει και να καλύψει όλα τα παραπάνω ερωτήματα που συνεχώς θα της τίθενται κατά την διάρκεια της λειτουργίας, τότε θα καταφέρει να βρει τη χρυσή τομή για να πετύχει κάθε στόχο και συγκεκριμένα να αυξήσει τα κέρδη της.<sup>33</sup>

Ακόμη υπάρχουν περιπτώσεις όπου η επιχείρηση επιστρατεύει όλες τις δυνάμεις μέχρι το στάδιο εκείνο όπου μπορεί το κόστος παραγωγής της να είναι ίσο με τα αναμενόμενα έσοδα της.<sup>34</sup> Μόλις το πετύχει αυτό τότε βρίσκεται σε θέση ισορροπίας που συνεπάγεται ότι κάθε μεταβολή της παραγωγής θα έχει αντίστοιχες μεταβολές και στα επίπεδα της τιμής.

### **3.3. Η διαφορά του μονοπωλίου με το τέλειο ανταγωνισμό.**

<sup>31</sup> <http://kiriakatikiefimerida.gr/media/διοικει-το-μονοπωλιο/>

<sup>32</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

<sup>33</sup> <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=674463>

<sup>34</sup> <http://kiriakatikiefimerida.gr/media/διοικει-το-μονοπωλιο/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

Η αντίθεση που παρατηρείται μεταξύ του μονοπωλίου σε σχέση με το τέλειο ανταγωνισμό εστιάζετε στο γεγονός ότι ισχύουν δύο διαφορετικές συνθήκες στην κάθε περίπτωση. Πιο συγκεκριμένα αυτό που παρατηρούμε στο μονοπώλιο είναι ότι καθώς ο πωλητής είναι ένας και η παραγωγή αναλαμβάνετε αποκλειστικά από εκείνον. Άρα θα πρέπει να προσδιορίσει την ποσότητα που θα διαθέσει στην αγορά σε σχέση με την τιμή που θα ζητήσει. Επομένως παρατηρούμε ότι αν ο πωλητής στο μονοπώλιο προσφέρει ποσότητα μεγαλύτερη από την ζητούμενη, αυτό θα έχει ως συνέπεια την πτώση των τιμών. Το γεγονός όμως αυτό δεν είναι επιθυμητό από τον πωλητή/ επιχείρηση. Από την άλλη πλευρά στον τέλειο ανταγωνισμό παρατηρείται ότι καθώς υπάρχει μεγάλο πλήθος πωλητών, οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να αποκτήσουν τα προϊόντα ή της υπηρεσίες που επιθυμούν, έχοντας στην διάθεση τους αρκετές διαφορετικές επιλογές ποσότητας - τιμής, ώστε να επιλέξουν την πιο συμφέρουσα. Το γεγονός αυτό σημαίνει ότι κάθε μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας και της τιμής δεν μπορεί να επηρεάσει τα αναμενόμενα έσοδα.

Μια μονοπωλιακή επιχείρηση για να αυξήσει την κερδοφορία της θα πρέπει να προβεί σε ενέργειες που θα διατηρήσουν ή θα αυξήσουν την ποσότητα και την ποιότητα του προϊόντος, αλλά παράλληλα θα μειώσουν το κόστος παραγωγής. Αυτό μπορεί να γίνει με κατάλληλη οργάνωση της παραγωγής ,την αναζήτηση τεχνολογίας μέσω της οποίας η παραγωγή θα είναι μεγαλύτερη που εν συνεχεία θα γίνει εξοικονόμηση από διάφορους πόρους.<sup>35</sup> Αυτοί οι πόροι που θα μπορούν να αναδιανεμηθούν σε άλλους τομείς πιο αποδοτικούς. Πέρα όμως από το κόστος παραγωγής θα πρέπει να λάβει στρατηγικές ώστε να διατηρήσει το ενδιαφέρον και τη ζήτηση του προϊόντος της στους καταναλωτές σε υψηλό επίπεδο.<sup>36</sup> Γι αυτό θα πρέπει να οργανώσει το marketing, την διανομή και την εύκολη πρόσβαση του προϊόντος. Έτσι πρέπει να εστιάσει δηλαδή στην δημιουργία του κατάλληλου μίγματος marketing ώστε να διατηρήσει ζωντανό το ενδιαφέρον. Κάθε επιχείρηση επιθυμεί να μετατοπίσει την καμπύλη ζήτησης προς τα δεξιά, ώστε να αυξάνονται συνεχώς τα κέρδη της , έτσι ώστε κάθε αύξηση της ποσότητας ,να συνεπάγεται αύξηση της τιμής του προϊόντος και σταδιακά να μεγιστοποιούνται τα κέρδη. Παρ' όλα αυτά όμως υπάρχουν φορές που μια μονοπωλιακή επιχείρηση μπορεί να παρέχει τα προϊόντα σε

<sup>35</sup> <http://kiriakatikiefimerida.gr/media/διοικει-το-μονοπωλιο/>

<sup>36</sup> [https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2373/1/9917\\_02\\_chapter\\_13\\_MICRO.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2373/1/9917_02_chapter_13_MICRO.pdf)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

χαμηλές τιμές ,ώστε να αποτρέψει μια τυχόν κρατική επέμβαση και να απομακρύνει πιθανούς ανταγωνιστές.

### **3.4. Διαφορισμός τιμών.**

Η παραγωγή και διάθεση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας περιλαμβάνει ένα κόστος, όπου η εκάστοτε επιχείρηση αναλαμβάνει, για να αποκομίσει ένα συνεχεία τα οφέλη που περιμένει από αυτό. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις όπου τα αγαθά αυτά, είτε είναι προϊόντα ,είτε είναι υπηρεσίες προσφέρονται ορισμένο καταναλωτικό κοινό με μειωμένο κόστος, έναντι των υπολοίπων για διάφορους λόγους.<sup>37</sup> Η μείωση που υφίσταται η τιμή πώλησης τους στηρίζετε στην προσπάθεια ενίσχυσης των οικονομικά ασθενέστερων, ώστε να μπορούν να έχουν πρόσβαση και σε αυτά τα αγαθά. Χαρακτηριστικά παραθέτουμε τα παρακάτω παραδείγματα.

- i. Κουπόνια προσφοράς από καταστήματα διατροφής, ενδυμάτων και υποδημάτων για την απόκτηση προϊόντων σε χαμηλότερες τιμές.
- ii. Δωρεάν σεμινάρια επιμόρφωσης σε ανέργους.
- iii. Κουπόνια για θέατρα και κινηματογράφο, αφορούν συνήθως συνταξιούχους ή πολύτεκνες οικογένειες, όπου το κόστος μιας εξόδου είναι μεγάλο.
- iv. Το πάσο για τους φοιτητές όπου τους παρέχει τη δυνατότητα να μετακινούνται με μειωμένο κόστος.

Οι προσφορές αυτές παρέχονται σε ορισμένες κατηγορίες συνανθρώπων μας για να τους δίνετε η δυνατότητα να μπορούν να απολαμβάνουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε τιμές που μπορούν να καλυφθούν από το εισόδημα τους. Οι οικονομικά ασθενέστερες κατηγορίες ανθρώπων σε κάθε κράτος συνήθως αναφέρονται στους άπορους, στους άνεργους, στους συνταξιούχους, στους πολύτεκνους και στους φοιτητές. Η κάθε κατηγορία δέχεται οικονομική βοήθεια για διαφορετικούς λόγους. Βέβαια πρέπει να τονίσουμε ότι οι επιχειρήσεις που παρέχουν τέτοιες δυνατότητες σε τμήματα του καταναλωτικού κοινού αποτελούν μονοπωλιακές επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι είναι επιχειρήσεις που έχουν την δυνατότητα να το παρέχουν, χωρίς να ζημιώνονται γι αυτό. Το θέατρο για παράδειγμα αποτελεί μια υπηρεσία που προσφέρετε στο καταναλωτικό κοινό και δεν μπορεί να αντιγραφεί από άλλη

---

<sup>37</sup> <https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/ECON1271.pdf>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

επιχείρηση. Επομένως είναι στη δική της ευχέρεια αν θα προσφέρει προσφορές σε διάφορες οικονομικές κατηγορίες του κοινού για να απολαύσουν τις υπηρεσίες της. Μέσα όμως από αυτές τις προσφορές συμβάλει στην ευημερία του κράτους, στην ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου, αλλά και στα κέρδη της. Δεν χάνει έσοδα, ίσα ίσα που αυξάνει τις πωλήσεις της και από καταναλωτές που δεν θα μπορούσαν να παρακολουθήσουν το θέατρο στις υπάρχουσες τιμές.

Κάθε επιχείρηση που παρέχει τέτοιες δυνατότητες στο καταναλωτικό κοινό, αποκτά αυξημένες πωλήσεις, κοινωνική αποδοχή και διαφήμιση μεταξύ των ανθρώπων, όπως και κρατική ενίσχυση καθώς συμβάλει στην γενικότερη ευημερία του κράτους. Επομένως τα οφέλη είναι αρκετά και ο διαφορισμός τιμών<sup>38</sup> σε ορισμένες επιχειρήσεις συμβάλει θετικά. Διαφορισμό τιμών όμως δεν μπορούν να προσφέρουν οι επιχειρήσεις όπου τα αγαθά που παρέχουν στο καταναλωτικό κοινό, παρέχονται εξίσου και από άλλες επιχειρήσεις το ίδιο. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο διαφορισμός τιμών δεν υφίσταται καθώς δεν μπορεί να λειτουργήσει παραγωγικά, αλλά εις βάρος της εκάστοτε επιχείρησης ως προς τα αναμενόμενα έσοδα της.

### **3.5. Η κρατική επέμβαση για τον έλεγχο του μονοπωλίου.**

Το κράτος κάθε χώρας με στόχο την προστασία των πολιτών<sup>39</sup> και τη διατήρηση μιας ισορροπίας και ασφάλειας στο εσωτερικό της χώρας, αλλά και λαμβάνοντας υπόψη και τις υποδείξεις από την Ε.Ε, οφείλει να λαμβάνει μέτρα και να παρεμβαίνει ώστε να ελέγχει το μονοπώλιο. Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να το κάνει αυτό είναι δύο: α) με τον καθορισμό τιμής<sup>40</sup> και β) με την επιβολή φόρου.

Το κράτος με την επιβολή ανώτατης τιμής επιτυγχάνει να θέσει όρια ως προς τις αυξομειώσεις των τιμών στα προϊόντα των επιχειρήσεων. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα την διατήρηση του ύψους της τιμής ή και την πιθανή μείωση της, ενώ παράλληλα με σωστή διαχείριση από την επιχείρηση μπορεί να επιτύχει την αύξηση της παραγόμενης ποσότητας προς όφελος της κοινωνίας. Στόχος του κράτους είναι να δημιουργήσει ένα κατάλληλο επίπεδο, όταν στην ελεύθερη αγορά η προσφορά και η ζήτηση αυξομειώνουν υπερβολικά τις τιμές. Η πρακτική αυτή εφαρμόζεται σε περιόδους όπου είναι έντονη η παρουσία του μονοπωλίου, αλλά και σε περιόδους

<sup>38</sup> <https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/ECON1271.pdf>

<sup>39</sup> <http://www.iefimerida.gr/news/352688/sev-kratiko-monopolio-sti-diafimisi-fernei-nomoshedio-toy-ypoyrgeioy-psifiakis-politikis>

<sup>40</sup> <https://www.euretirio.com/anotati-katotati-timi/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

πολέμου ή φυσικών καταστροφών. Σε τέτοιες περιόδους η ζήτηση είναι μεγάλη και η προσφορά περιορισμένη με αποτέλεσμα να υπάρχει ραγδαία αύξηση της τιμής και εκμετάλλευση του καταναλωτικού κοινού. Ακόμα σε αυτές τις περιόδους αναπτύσσεται και η παραοικονομία η οποία φυσικά δεν είναι θεμιτή και πλέον συνεπάγεται με ποινικές κυρώσεις όταν διαπράττεται από κάποιον έμπορο. Επίσης ένας ακόμα λόγος όπου το κράτος καθορίζει το επίπεδο των τιμών αφορά την διατήρηση και προστασία των εισοδημάτων των παραγωγών ή των κατόχων των παραγωγικών πόρων που απαιτούνται για την παραγωγή των προϊόντων. Οι κάτοχοι των παραγωγικών συντελεστών θα μπορούν να προσφέρουν τις παραγωγικές τους δυνάμεις για να καλύψουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων, χωρίς να είναι ζημιογόνοι. Η διατήρηση των τιμών ορισμένων προϊόντων και παραγωγικών συντελεστών υψηλά σε σχέση με τις υπάρχουσες συνθήκες στην αγορά, συμβάλλει στην προστασία των εισοδημάτων τους, καθώς οι παραγωγοί θέτουν όρια με βάση τα οποία θα πρέπει να οργανώσουν και να προγραμματίσουν το κόστος παραγωγής και διάθεσης που απαιτείται για να προσφέρουν τα προϊόντα τους<sup>41</sup>.

Η επιβολή φόρου <sup>42</sup>είναι μια πρακτική μέσω της οποίας το κράτος παρεμβαίνει και ελέγχει τις διαστάσεις του μονοπωλίου. Μέσω της επιβολής φόρου αντί για τον προσδιορισμό ενός ορίου τιμής πώλησης ορίζεται ένα ποσό φόρου που θα επιβάλλεται στα προϊόντα και τις υπηρεσίες ώστε να αυξηθούν οι τιμές τους και ελεγχθεί η προσφερόμενη ποσότητα. Η επιβολή φόρου από το κράτος γίνεται σε τομείς όπου υπάρχει έντονη κατανάλωση όπως είναι τα αλκοολούχα ποτά,, τα καύσιμα, ο καπνός, τα τσιγάρα, οι κάρτες ανανέωσης χρόνου ομιλίας στα κινητά κ.α. Με τον τρόπο αυτό μέσα από τους φόρους το κράτος αποκτάει έσοδα<sup>43</sup> και παράλληλα ελέγχεται η χρήση ή κατάχρηση των προϊόντων ή υπηρεσιών. Η πρακτική αυτή βρίσκει αντίθετους τους παραγωγούς των προϊόντων και υπηρεσιών αυτών καθώς η αύξηση στην τιμή πώλησης λόγω του φόρου αποτελεί μεταβλητό κόστος και επηρεάζει τον όγκο των πωλήσεων.

---

<sup>41</sup> <http://www.iefimerida.gr/news/352688/sev-kratiko-monopolio-sti-diafimisi-fernei-nomoshedio-toy-ypourgeioy-psifiakis-politikis>

<sup>42</sup> <https://www.lykavitos.gr/archives/442019>

<sup>43</sup> <http://www.protothema.gr/economy/article/641870/podariko-me-auxiseis-foron-se-kausima-tsigara-kai-kafe/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

Όταν τα προϊόντα<sup>44</sup> και οι υπηρεσίες που καλύπτουν βασικές ανάγκες του ανθρώπου βρίσκονται να παράγονται και να προσφέρονται από κάποια ιδιωτική επιχείρηση, η οποία έχει ως αποκλειστικό σκοπό μόνο το κέρδος, τότε το κράτος παρεμβαίνει για να αποτρέψει την εκμετάλλευση και να καθορίσει την διάθεση αυτών. Η παραγωγή και διάθεση των προϊόντων και των υπηρεσιών αυτών ανήκει πλέον στο κράτος<sup>45</sup>, ώστε να προσφέρονται σε όλους ανεξάρτητα με τις οικονομικές τους δυνατότητες. Το κόστος παραγωγής είναι μικρότερο καθώς το κράτος μπορεί να οργανώσει και διαχειριστεί την παραγωγή αποδοτικότερα, ενώ παράλληλα μπορεί να προσφέρει και νέες θέσεις εργασίας στο κοινό συμβάλλοντας στην καταπολέμηση της ανεργίας. Η κρατικοποίηση επιχειρήσεων θα πρέπει να γίνεται όταν κρίνετε απαραίτητη η κρατική επέμβαση για την διασφάλιση της οικονομίας του κράτους και της ευημερίας του λαού του και όχι την κερδοσκοπία ολίγων.

**3.6. Η παρέμβαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο μονοπώλιο.**

Καθώς τα μονοπώλια που υφίστανται το 1962 παρουσίαζαν σημαντικά εμπόδια στην ανάπτυξη της αγοράς, η Ευρωπαϊκή Ένωση καλείται να λάβει τα κατάλληλα μέτρα για την καταπολέμηση των προβλημάτων αυτών.<sup>46</sup> Πιο συγκεκριμένα η ευρωπαϊκή επιτροπή προεϋει σε μια σειρά από διαδικασίες έναντι των κρατών μελών που αρνούνται ή αμελούν συστηματικά να καθορίσουν με θετικό τρόπο τα μονοπώλια τους. Η προσπάθεια αυτή γινόταν όλο και πιο έντονη καθώς υπήρχαν κράτη που εστίαζαν και ενδιαφέρονταν να βρουν τρόπους που θα γίνουν πιο επωφελή τα μονοπώλια τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο καπνός, το οινοπνευμα και το πετρέλαιο. Μετά από 20 χρόνια περίπου η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης πέτυχε να φτάσει στην τελική φάση διευθέτησης των εθνικών μονοπωλίων, παρ' όλα αυτά όμως ορισμένα κράτη συνεχίζουν να αντιδρούν και να αρνούνται στην στάση αυτή καθώς επιθυμούν να διατηρήσουν ορισμένα προνόμια από τα μονοπώλια τους. Με τις διατάξεις τους άρθρου 106 της συνθήκης για την λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις δημόσιες επιχειρήσεις και το άρθρο 37 της ΣΛΕΕ, τα κράτη μέλη θα πρέπει να καθορίζουν τα κρατικά τους μονοπώλια<sup>47</sup> με τέτοιο τρόπο ώστε να μην υπάρχει αποκλεισμός και διαχωρισμός μεταξύ των κατοίκων των κρατών όσον αφορά τον εφοδιασμό και την διάθεση των προϊόντων

<sup>44</sup> <http://users.sch.gr/pchaloul/oikonom-byz/monopolia.htm>

<sup>45</sup> <http://www.liberal.gr/arthro/97005/apopsi/arthra/giati-epiballetai-na-kratikoipoiithei-o-oasth.html>

<sup>46</sup> [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/05/05/?lang=gr&all=1&s=1&e=10](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/05/05/?lang=gr&all=1&s=1&e=10)

<sup>47</sup> [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/05/05/?lang=gr&all=1&s=1&e=10](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/05/05/?lang=gr&all=1&s=1&e=10)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

και των υπηρεσιών προς αυτούς. Οι διατάξεις αυτές ισχύουν και σε κάθε οργανισμό όπου κράτος μέλος ελέγχει ή διευθύνει νομικά και πραγματικά, επηρεάζει τις εισαγωγές ή εξαγωγές και έχει ισχυρή επιρροή στη σχέση μεταξύ άλλων κρατών μελών. Τα κράτη μέλη δεν μπορούν να πάρουν μέτρα τα οποία αντιβαίνουν σ' αυτά που αναφέρονται στις διατάξεις ως προς τους ποσοτικούς περιορισμούς διακίνησης εμπορευμάτων μεταξύ των κρατών και την επιβολή δασμών σ' αυτά.

Ακόμα η πρακτική του καθορισμού της τιμής εμφανίζεται και στην Ευρωπαϊκή Ένωση όπου εφαρμόζει κατώτατες τιμές<sup>48</sup> ή τιμές ασφαλείας (support prices) με σκοπό την προστασία και την στήριξη των τιμών στα γεωργικά προϊόντα. Με τον τρόπο αυτό προστατεύεται η κατανομή των παραγωγικών πόρων σε σχέση με άλλους τομείς καθώς και η διατήρηση του κόστους ζωής των καταναλωτών σε γεωργικά προϊόντα σε υψηλό επίπεδο. Παράδειγμα αποτελεί ο καθορισμός των αποδοχών των ανειδίκευτων εργαζομένων. Σε περιόδους όπου η προσφορά εργασίας είναι μεγαλύτερη από την ζήτηση ή το αντίστροφο οδηγεί τον καθορισμό των αμοιβών των εργαζομένων ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν. Πιο συγκεκριμένα όταν υπάρχουν πολλά άτομα τα οποία είναι διαθέσιμα προς εργασία και οι προς κάλυψη θέσεις είναι περιορισμένες, τότε ο εργοδότη έχει την δυνατότητα να εκμεταλλευτεί την ανάγκη του εργαζομένου για απασχόληση και απόκτηση εισοδήματος και θα επιλέξει εκείνον που θα του παρέχει τα λιγότερα. Αντίθετα, όταν η ζήτηση για προσωπικό είναι μεγάλη και τα διαθέσιμα προς απασχόληση άτομα είναι λίγα, τότε ο εργοδότης για να καλύψει τις ανάγκες του, θα πάρει κάποιον εργαζόμενο με υψηλές αποδοχές καθώς δεν έχει πολλές εναλλακτικές επιλογές. Σήμερα όμως η τεχνολογία έχει κάνει ιδιαίτερα αισθητή την παρουσία της σε όλους τους τομείς και έχει φθάσει σε πολλά σημεία να υποκαθιστά την ανθρώπινη εργασία προσφέροντας παραγωγή με μικρότερο κόστος και χρόνο από ότι θα παρείχε ένας άνθρωπος. Γι αυτό λοιπόν έχει μειωθεί σημαντικά η ζήτηση για την εργασία, ενώ η προσφορά έχει αυξηθεί, κατά συνέπεια τα άτομα απασχολούνται με πενιχρές αποδοχές για να καταφέρουν να βγάλουν ένα εισόδημα, ώστε να μπορούν να ζήσουν και να καλύψουν τις βασικές και βιοτικές ανάγκες τους. Έτσι η επιβολή κατώτατης αμοιβής συνέβαλε στο να εξασφαλίσει ένα κοινωνικά ανεκτό επίπεδο διαβίωσης για τους εργαζομένους.

---

<sup>48</sup> <https://www.euretirio.com/annotati-katotati-timi/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

Ακόμα ένα παράδειγμα όπου η Ευρωπαϊκή Ένωση παρεμβαίνει και οριοθετεί το επίπεδο των τιμών είναι η πώληση του αλκοόλ. Σύμφωνα με δημοσίευση του *Sigmalive*<sup>49</sup> της Κύπρου: «Το δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποφάσισε την αύξηση φόρου αντί της κατώτατης τιμής στο αλκοόλ. Το δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης μετά από προσφυγή σε αυτό της Σκωτικής Ένωσης παραγωγών *whisky* και άλλων παραγωγών αποφάσισε ότι η επιβολή φόρου στο αλκοόλ θα έφερνε περισσότερα οφέλη και θα περιόριζε την κατάχρηση του. Έτσι σύμφωνα με το δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης το Σκωτικό Συμβούλιο το 2012 θέσπισε νόμο σχετικά με την κατώτατη τιμή οινοπνευματωδών ποτών ,που προβλέπει την επιβολή κατώτατης τιμής ανά μονάδα οινοπνεύματος. Η τιμή αυτή δεσμεύει κάθε πρόσωπο που έχει άδεια λιανικής πώλησης οινοπνευματωδών ποτών στην Σκωτία και υπολογίζεται με μαθηματικό τύπο σύμφωνα με την περιεκτικότητα σε οινόπνευμα. Από την άλλη πλευρά η ένωση παραγωγών οινοπνευματωδών ποτών αντιτάχθηκε καθώς υποστήριξε ότι η εφαρμογή αυτού του νόμου δρα αρνητικά σε αυτούς καθώς θα υπάρχει ποσοτικός περιορισμός του εμπορίου ασύμβατος με το δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και πρότεινε την επιβολή περιοριστικών μέτρων. Έτσι με την σημερινή απόφαση του δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης κρίνεται ότι η σκωτική νομοθεσία έχει συνέπειες στην αγορά τις οποίες θα μπορούσε να αποφύγει με φορολογικά μέτρα με στόχο την αύξηση της τιμή του οινοπνεύματος, αντί της επιβολής κατώτατης τιμής πώλησης ανά μονάδα

οινοπνεύματος.»

Πηγή ΚΥΠΕ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση δίνει οδηγίες στα κράτη μέλη της για να διαχειριστούν με τον καλύτερο τρόπο τα μονοπώλια τους.<sup>50</sup> Δεν είναι ενάντια σε αυτά αλλά τους παρέχει οδηγίες και συμβουλές για να τα διαχειριστούν συμφερότερα. Για παράδειγμα σύμφωνα με το άρθρο του *bookieplanet.gr*<sup>51</sup>: « Το δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρενεύει για να ξεκαθαρίσει το τοπίο σχετικά με το μονοπώλιο του ΟΠΑΠ<sup>52</sup> στην Ελλάδα. Η προσφυγή αυτή έγινε μετά από καταγγελία άλλων μεγάλων στοιχηματικών εταιριών όπου διαμαρτυρήθηκαν για την άρνηση των ελληνικών αρχών απέναντι στις αιτήσεις για δημιουργία επιχειρήσεων στοιχημάτων. Ο

<sup>49</sup> <http://www.sigmalive.com/news/local/294634/dikastirio-ee-afksisi-forou-anti-katotati-timi-sto-alkool>

<sup>50</sup> <http://kourdistoportocali.com/read-this/omilos-ote-apo-kratiko-monopolio-se-mia-sygchroni-pelatokentriki-eteria/>

<sup>51</sup> <http://www.bookieplanet.gr/oria-sto-stoiximatiko-monopolio-zita-i-eu.html>

<sup>52</sup> <http://www.bookieplanet.gr/freno-sto-monopolio-tou-opap-apo-eu.html>



**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

ΟΠΑΠ και το ελληνικό κράτος υποστήριξαν ότι με την στάση αυτή προστατεύουν τους καταναλωτές από παράνομες δραστηριότητες και διατηρούν τα φορολογικά οφέλη του κράτους μέσα από την επιβολή φόρων στα παιχνίδια. Η απόφαση του δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις 24/01/2013 δεν επέφερε λύση, αλλά ώθησε το ελληνικό κράτος να επιλέξει ανάμεσα σε 2 πορείες: α) Να συνεχίσει και να οργανώσει το μονοπώλιο, φροντίζοντας να τηρεί την προστασία των καταναλωτών και β) Να ανοίξει την αγορά τυχερών παιχνιδιών με διαφανείς και αξιοκρατικές διαδικασίες. Επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι οι εθνικοί και οι ευρωπαϊκοί νόμοι για τα τυχερά παιχνίδια αφήνουν στην βούληση του κράτους να τα ρυθμίσουν. Αυτό συμβαίνει γιατί στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαφέρουν τα ήθη και οι θρησκείες και δεν θα μπορούσε να υπάρξει κάποιος νόμος για αυτά τα ευαίσθητα θέματα όπως τα τυχερά παιχνίδια.»

#### **4. Ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός**

---

Ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός<sup>53</sup> είναι μια μορφή αγοράς μεταξύ του μονοπωλίου και του πλήρη ανταγωνισμού, κατέχει κοινά χαρακτηριστικά και από τα δυο.

##### **4.1. Τα χαρακτηριστικά του μονοπωλιακού ανταγωνισμού**

Τα χαρακτηριστικά του μονοπωλιακού ανταγωνισμού είναι τα εξής<sup>54</sup>:

- i. Πολλές επιχειρήσεις, που δεν επηρεάζουν οι αποφάσεις της μιας την άλλη.
- ii. Ελευθερία εισόδου και εξόδου από τον κλάδο.
- iii. Διαφοροποιημένο προϊόν.
- iv. Ελεύθερη πληροφόρηση για τις εξελίξεις και τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά.

Οι επιχειρήσεις του μονοπωλιακού ανταγωνισμού για να προσελκύσουν τους καταναλωτές τους δίνουν έμφαση στο τρόπο marketing για την προώθηση των προϊόντων τους, πιο συγκριμένα δρουν στην διαφήμιση, στην συσκευασία, στην προσφερόμενη ποσότητα ,αλλά και στην στρατηγική προώθησης που κάνει τα προϊόντα πιο ελκυστικά στους καταναλωτές, έναντι των αντιπάλων. Σκοπός και αυτών των επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, όπου για να

<sup>53</sup> <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/monopolistic-competition.pdf>

<sup>54</sup> <https://www.euretirio.com/monopoliakos-antagonismos/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192*

πραγματοποιηθεί απαιτεί την λήψη ενεργών μέτρων για την αύξηση των εσόδων μέσα από τις πωλήσεις και μια μείωση του κόστους που απαιτείται για την παραγωγή των διατιθέμενων προϊόντων.

Στον μονοπωλιακό ανταγωνισμό παρατηρείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται για την ίδια ομάδα καταναλωτών. Παράδειγμα αποτελούν τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία, οι καφετέριες, τα μαγαζιά ένδυσης κ.α. Καθεμία όμως από τις επιχειρήσεις αυτές παράγει προϊόντα που διαφοροποιούνται ελάχιστα από εκείνα των ανταγωνιστών της. Κάθε επιχείρηση δεν επηρεάζεται από τις όμοιες της και παρ' όλα αυτά προσπαθεί με κάθε δυνατό τρόπο να κάνει τα προϊόντα της να ξεχωρίσουν έναντι των υπολοίπων. Επίσης διαθέτει ελεύθερη πληροφόρηση για τις υπάρχουσες συνθήκες στην αγορά και εκμεταλλεύομενη αυτή τη δυνατότητα, μπορεί να προγραμματίσει αποδοτικότερα τις επόμενες κινήσεις της που θα αποφέρουν κέρδος. Πέραν όμως από αυτά έχει τη δυνατότητα λόγω γνώσης της κατάστασης να κρίνει και το πώς θα συνεχίσει. Δηλαδή αν ο κλάδος έχει θετικές προοπτικές που πρέπει να εστιάσει για να επωφεληθεί στο έπακρο ή αν ο κλάδος ενδέχεται να αντιμετωπίσει παρακμή, να σχεδιάσει τις μελλοντικές κινήσεις για να διατηρήσει την φήμη και την πελατεία της. Αυτή η πληροφόρηση όταν παρέχεται είναι ιδιαίτερα χρήσιμη και μια τέτοια επιχείρηση έχει την ελευθερία να αποχωρήσει όταν τα πράγματα δεν πάνε και τόσο καλά ή να επιλέξει να εισχωρήσει και αυτή σε ένα κερδοφόρο κλάδο.

Η είσοδος νέων επιχειρήσεων σε μονοπωλιακά ανταγωνιστικούς κλάδους είναι εύκολη<sup>55</sup>, όχι όμως όπως συμβαίνει στον τέλειο ανταγωνισμό γιατί δεν έχει σημασία μόνο η παραγωγή του προϊόντος αλλά και η διάθεση μεγάλου μέρους κεφαλαίων για δαπάνες που αφορούν την προώθηση και διανομή του προϊόντος, όπως η διαφήμιση, η συσκευασία, οι προσφορές και γενικά ο τρόπος Marketing. Επιπρόσθετα στις επιχειρήσεις του μονοπωλιακού ανταγωνισμού παρατηρείται ότι οι βραχυχρόνια τα πιθανά κέρδη ή οι ζημιές παρέχουν στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις χρήσιμες πληροφορίες για να επιλέξουν και να αποφασίσουν ποια θα είναι η επόμενη κίνηση τους.

**4.2. Οι επιχειρήσεις του μονοπωλιακού ανταγωνισμού στην βραχυχρόνια και μακροχρόνια περίοδο.**

---

<sup>55</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

Ακόμη παρατηρείται ότι σε βραχυχρόνια περίοδο<sup>56</sup> οι επιχειρήσεις του μονοπωλιακού ανταγωνισμού παρουσιάζουν κέρδη, το γεγονός αυτό ελκύει και άλλες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο. Η πιθανή όμως αύξηση των επιχειρήσεων του κλάδου συνεπάγεται με μεγάλη προσφορά προϊόντων/ υπηρεσιών που παρομοιάζουν μεταξύ τους. Η αύξηση της προσφοράς επιδρά στη ζήτηση, αφού προσφέρονται πολλά προϊόντα και ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να επιλέξει την καλύτερη ποιότητα στην οικονομικότερη τιμή για το αγαθό που επιθυμεί, έχει δηλαδή εναλλακτικές επιλογές για αγορά του ίδιου ή παρόμοιου αγαθού.<sup>57</sup> Το γεγονός αυτό δεν είναι αρεστό στις επιχειρήσεις καθώς αυξάνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ τους και πρέπει να λάβουν δραστικά μέτρα για να διατηρήσουν τα κέρδη τους. Έτσι μπορεί να επιλέξουν να μειώσουν τις τιμές για να επαναπροσελκύσουν τους καταναλωτές, η μείωση όμως αυτή σταδιακά μπορεί να οδηγήσει σε πτώση του αναμενόμενου κέρδους.

Καθώς όμως με αυτή την τακτική το αναμενόμενο κέρδος τείνει να φθίνει οδεύοντας προς την δημιουργία ζημιάς, οι επιχειρήσεις αναγνωρίζοντας τις μελλοντικές συνθήκες αποφασίζουν αν θα συνεχίσουν ή θα αποχωρήσουν από το κλάδο. Όταν οι ζημιές στον κλάδο είναι πολλές τότε μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων θα επιλέξει να αποχωρήσει. Βέβαια δεν αποκλείεται η παρακμή αυτή να είναι πλασματική και να προβάλετε από ορισμένες επιχειρήσεις με στόχο την μείωση του αριθμού των ανταγωνιστών. Αν όντως ισχύει αυτό τότε με την αποχώρηση πολλών επιχειρήσεων παρατηρείται ανάκαμψη στον κλάδο. Καθώς η προσφορά είναι μικρότερη από ότι πριν και η ζήτηση διατηρείται στο ίδιο επίπεδο ή αναπτύσσεται με την δημιουργία ελκυστικών διαφημιστικών σποτ και τεχνικών αύξησης των πωλήσεων, δημιουργούνται ξανά κέρδη στις δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις. Καθώς όμως τα νέα μεταδίδονται γρήγορα λόγω πλήρης γνώσης των συνθηκών, αναμένεται στο μέλλον είσοδος και άλλων επιχειρήσεων στον κλάδο.

Επομένως, καταλήγουμε στο συμπέρασμα παρατηρώντας την κινητικότητα των επιχειρήσεων, ότι η είσοδος και η έξοδος επιχειρήσεων από έναν κλάδο είναι μια διαδικασία που επαναλαμβάνεται και επηρεάζεται τόσο από την ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού, όσο και από την στάση των ανταγωνιστών. Μέσω της

<sup>56</sup> <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/monopolistic-competition.pdf>

<sup>57</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

διαδικασία αυτής παρατηρούμε ότι μακροχρόνια<sup>58</sup> τα κέρδη που πραγματοποιούνται στον μονοπωλιακό ανταγωνισμό τείνουν στο μηδέν (0).

Εφ' όσον το περιβάλλον που αναπτύσσεται κάθε επιχείρηση είναι ασταθές και δεν μπορούν να προβλεφθούν με ακρίβεια οι συνθήκες που θα επικρατούν στο μέλλον, η επιχείρηση οφείλει να αναζητήσει και να διαμορφώσει την κατάλληλη στρατηγική.<sup>59</sup> Την στρατηγική δηλαδή που θα ακολουθήσει για να δημιουργήσει « ένα σκληρό σκαρί στο πλοίο της που θα αντέχει την τρικυμία» για να μπορεί να ανταποκριθεί και να βγεί σώα μέσα στα εμπόδια που θα συναντήσει. Έτσι όπως ένα πλοίο σε θάλασσα που ταξιδεύει και θα γνωρίσει μουνάτσες και φουρτούνες, έτσι και η επιχείρηση πρέπει να οργανώσει την στρατηγική της.

Οι συνθήκες που παρουσιάζονται στον πλήρη ανταγωνισμό είναι ιδανικές ,αλλά είναι δύσκολο να εμφανιστούν στην πραγματικότητα.<sup>60</sup> Τα χαρακτηριστικά και οι συνθήκες του μονοπωλίου είναι επίσης ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες ,αλλά ούτε αυτές παρατηρούνται στην πραγματικότητα, καθώς τίποτα που να απευθύνεται στην κάλυψη των ανθρωπίνων αναγκών δεν μπορεί να παράγεται και ορίζεται αποκλειστικά και μόνο από έναν, οι μονοπωλιακές επιχειρήσεις περιορίζονται σε επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας. Άρα λοιπόν καταλήγουμε στο αποτέλεσμα ότι πολλές επιχειρήσεις αποφασίζουν να ενταχθούν ανάμεσα στις δυο προαναφερθείσες μορφές αγοράς και αυτή είναι η μορφή του μονοπωλιακού ανταγωνισμού.

#### **4.3. Παραδείγματα του μονοπωλιακού ανταγωνισμού.**

Ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός παρουσιάζεται στις ελληνικές επιχειρήσεις παραγωγής κρασιού, γαλακτοκομικών ειδών και ελαίου. Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που παράγουν κρασί, γάλα, τυρί, γιαούρτι, λάδι κλπ, το οποίο εμπορεύονται είτε στο εσωτερικό ,είτε στο εξωτερικό. Κάθε επιχείρηση παράγει ένα διαφοροποιημένο είδος εκμεταλλευόμενη τις δυνατότητες της σε τεχνολογία, εμπειρία, γνώση των προτιμήσεων και φυσικά διαφήμιση. Η μια επιχείρηση ανταγωνίζεται την άλλη, προσφέροντας προϊόντα που παρομοιάζουν μεταξύ τους, αλλά δεν ταυτίζονται. Το καθένα από αυτά τα προϊόντα ή τις

<sup>58</sup> <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/monopolistic-competition.pdf>

<sup>59</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

<sup>60</sup> <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/monopolistic-competition.pdf>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

υπηρεσίες που βρίσκονται στην διάθεση του καταναλωτικού κοινού έχει μια μικρή διαφορά που τα κάνει ιδιαίτερα και κάνει τους καταναλωτές να τα αναζητούν.

**4.4. Η στάση της Ε.Ε στον μονοπωλιακό ανταγωνισμό.**

Από την πλευρά η Ευρωπαϊκή Ένωση<sup>61</sup> στηρίζει την μορφή του μονοπωλιακού ανταγωνισμού όπως και όλες τις μορφές ανταγωνισμού αρκεί να γίνονται με συνέπεια, σύνεση, να μη δημιουργούν προβλήματα και να δρουν με τρόπο που να αντιβαίνει τους κανονισμούς που προσβέυει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Παράλληλα θα πρέπει να μην εκμεταλλεύεται το καταναλωτικό κοινό με αποκλειστικό στόχο την οικονομική ωφέλεια, αλλά να συμβάλει και να προσφέρει στη μεγαλύτερη δυνατή ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης με βελτίωση των συνθηκών ζωής, με προσφορά απασχόλησης ατόμων, με την ανάπτυξη τεχνολογιών, με την βελτίωση της υπάρχουσας γνώσης, με την εξέλιξη τεχνικών παραγωγής και διάθεσης κ.α. Κάθε επιχείρηση του μονοπωλιακού ανταγωνισμού που βρίσκεται σε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να λειτουργεί σύμφωνα με την πολιτική του ανταγωνισμού που ορίζεται από την ένωση. Επομένως, πρέπει να τηρεί τους εμπορικούς νόμους, να πράττει τους αναγκαίους ελέγχους ώστε να λαμβάνει τα ανά περίπτωση απαραίτητα πιστοποιητικά, όπως για παράδειγμα το πιστοποιητικό ποιότητας ISO , να ενημερώνεται συνεχώς για τις εξελίξεις και τις νέες οδηγίες που παρέχει η ένωση.

## **5. Η μορφή του ολιγοπωλίου**

---

Το ολιγοπώλιο<sup>62</sup> παρατηρείται στην αγορά όταν οι επιχειρήσεις που παρακολουθούν την παραγωγή και διάθεση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι ολιγάριθμες.<sup>63</sup> Παρατηρείται αλληλεξάρτηση μεταξύ των επιχειρήσεων αυτών και χαρακτηριστικό τους<sup>64</sup> είναι ότι μπορούν να αποκτήσουν μορφή αθέμιτης σύμπραξης. Στο ολιγοπώλιο ο ανταγωνισμός ως προς την τιμή του προϊόντος δεν υφίσταται καθώς, αν μια από τις επιχειρήσεις προβεί σε μείωση τιμών με στόχο την αύξηση των πωλήσεων της επιδρά ταυτόχρονα και στις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου που

<sup>61</sup> [http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index_el.htm)

<sup>62</sup> <https://el.wiktionary.org/wiki/ολιγοπώλιο>

<sup>63</sup> <https://www.euretirio.com/oligopolio/>

<sup>64</sup> <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

προσφέρουν το ίδιο προϊόν. Έτσι τις αναγκάζει να υποκύψουν και να μειώσουν και αυτές τις τιμές τους δημιουργώντας σύγχυση που θα αποβεί ζημιογόνα για όλες τους. Οι επιχειρήσεις αυτές αποφεύγουν τις μεταβολές στις τιμές και εστιάζουν την προσοχή τους σε ενέργειες που θα βελτιώσουν και θα προωθήσουν ακόμα περισσότερο το προϊόν. Αυτή η μορφή αγοράς και ο τρόπος οργάνωσης των επιχειρήσεων μεταξύ τους καθιστά δύσκολη την είσοδο νέων επιχειρήσεων στο κλάδο και την αποθάρρυνση αυτών. Οι ήδη δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις έχουν συγκεκριμένα προϊόντα, ευρεσιτεχνίες, τεχνολογία, συστήματα προώθησης, διανομής και γενικά επενδύουν μεγάλο όγκο των κεφαλαίων τους για την ανάπτυξη και την εξέλιξη του, που μια νέα επιχείρηση συνήθως δεν διαθέτει στο ξεκίνημα της.

Ολιγοπωλιακές αγορές<sup>65</sup> συναντούμε όταν υπάρχουν:

- i. Οικονομίες κλίμακας
- ii. Μεγάλες κεφαλαιακές ανάγκες
- iii. Συγχώνευση επιχειρήσεων
- iv. Εμπειρική ικανότητα, εφευρέσεις κλπ
- v. Διαφορετικότητα προϊόντων

Παρατηρείται ποσοτική διαφοροποίηση λόγω:

- i. Διαφήμισης για προώθηση των παραγόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών και δημιουργία θετικής διάθεσης για την απόκτηση του.
- ii. Διατήρηση ενδιαφέροντος των πελατών<sup>66</sup> και προσδοκίες για αύξηση του καταναλωτικού κοινού που θα ταυτιστεί με το προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία, ώστε να το αναζητά και μετέπειτα και να το διακρίνει έναντι των υπολοίπων αγαθών.
- iii. Ανάπτυξη πραγματικών ή τεχνητών εμποδίων και διάδοση πληροφοριών για αποθάρρυνση των νέων επιχειρήσεων να εισέλθουν στο κλάδο και να δράσουν ανταγωνιστικά, έναντι στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις.

## **5.2. Χαρακτηριστικά του ολιγοπωλίου**

---

<sup>65</sup> <http://users.uom.gr/~esartz/teaching/BusEcon/Sec7.pdf>

<sup>66</sup> <http://www.insider.gr/apopseis/syntentyxeis/7866/i-syrriknosi-odigei-se-oligopolio-tis-tilepikoinonies>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

Τα χαρακτηριστικά<sup>67</sup> της μορφής τους ολιγοπωλίου είναι:

1. Λίγοι πωλητές που προσφέρουν παρόμοια ή ταυτόσημα προϊόντα.
2. Αλληλεξάρτηση των επιχειρήσεων.
3. Οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν ευνοϊκότερο αποτέλεσμα αν συνεργαστούν και δράσουν σαν μονοπώλιο που προσφέρει μικρή ποσότητα και ορίζει τιμή μεγαλύτερη από το κόστος παραγωγής τους.

Συχνά σε αυτή τη μορφή αγοράς παρατηρείται η ύπαρξη δυοπωλίου. <sup>68</sup>Το δυοπώλιο είναι η περίπτωση όπου την παραγωγή και διάθεση ενός προϊόντος αναλαμβάνουν δύο επιχειρήσεις. Το χαρακτηριστικό του δυοπωλίου είναι η συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων με διάφορους τρόπους, για να επωφεληθούν και οι δύο χωρίς να συγκρούονται. Πιο συγκεκριμένα το δυοπώλιο κάνει συνεργασία με τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου, με στόχο την δημιουργία ενός μονοπωλίου προς όφελος όλων τους.

## **6. Οικονομικές ενώσεις**

---

Οι οικονομικές ενώσεις<sup>69</sup> είναι οι μορφές που αποκτούν οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να μεγεθύνουν τα κέρδη τους όσο το δυνατό περισσότερο.

**Τράστ:** Το τράστ <sup>70</sup>αποτελεί μια μονοπωλιακή επιχείρηση, καθώς υπάρχει σύνδεση της ιδιοκτησίας όλων των επιχειρήσεων και οι ιδιοκτήτες αυτών έχουν γίνει μεταξύ τους συνέταιροι. Έπομένως το κέρδος που θα προκύψει διανέμεται σύμφωνα με το πλήθος των μεριδίων ή μετοχών που ο καθένας από αυτούς κατέχει. Χαρακτηριστικό αυτής της οικονομικής ένωσης είναι ότι οι συνδεδεμένες εταιρίες σταματούν να έχουν πλέον την αυτοτέλεια τους καθώς βρίσκονται όλες κάτω από την εποπτεία της επιχείρησης τραστ. Πιο συγκεκριμένα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που φέρουν οι συνδεδεμένες ιδιοκτησίες απασχολούν την επιχείρηση τραστ και κατ' επέκταση τους εταίρους αυτής καθώς επηρεάζονται άμεσα από αυτό.

---

<sup>67</sup> <https://sites.google.com/site/morphesagorasaspate/symperiphora-oligopoliou>

<sup>68</sup> <http://www.insider.gr/apopseis/syntentyxeis/7866/i-syrriknosi-odigei-se-oligopolio-tis-tilepikoinonies>

<sup>69</sup> [https://el.wikipedia.org/wiki/οικονομικές\\_ενώσεις](https://el.wikipedia.org/wiki/οικονομικές_ενώσεις)

<sup>70</sup> <https://erodotos.wordpress.com/2009/01/26/monopolio-kapitalismos-marx-politiki-oikonomia/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

**Κόνσερν:** Το κόνσερν<sup>71</sup> αποτελεί μια ένωση από διάφορες επιχειρήσεις όλων των κλάδων της βιομηχανίας, εμπορικών οίκων, τραπεζών, μεταφορικών και ασφαλιστικών εταιριών με κοινή οικονομική εξάρτηση από μια μεγάλη ομάδα κεφαλαιοκρατών. Είναι επομένως ένα σύνολο συγχωνευμένων ανωνύμων εταιριών που διατηρούν μεν την νομική τους αυτοτέλεια, αλλά χάνουν ένα μέρος από την οικονομική και διοικητική τους υπόσταση. Η ένωση αυτή είναι ιδιαίτερα ισχυρή καθώς οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις ανταλλάσσουν μετοχές και δεσμεύουν αμοιβαία ένα μέρος του κεφαλαίου τους.

**Συμπαιγνία:** Η συμπαιγνία<sup>72</sup> αποτελεί μια μορφή συμφωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων όπου αποφασίζουν μετά από συνεννόηση μεταξύ τους για μια αγορά ως προς, τον όγκο της παραγωγής και προσφοράς των προϊόντων καθώς και την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσουν.

**Καρτέλ:** Το καρτέλ<sup>73</sup> αποτελεί μια μορφή συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων σε έναν ολιγοπωλιακό κλάδο με στόχο να δράσουν ως μονοπώλιο. Δηλαδή καθορίζουν από κοινού τους όρους πώλησης, διάθεσης, τιμολόγησης και πίστωσης που θα παρέχουν στους καταναλωτές. Η ύπαρξη καρτέλ συνεπάγεται την ύπαρξη εμποδίων ως προς την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο, καθώς έτσι παρέχεται ασφάλεια ότι τα κέρδη που θα πραγματοποιηθούν δεν θα ενέχουν κίνδυνο από τον ανταγωνισμό άλλων επιχειρήσεων. Ο σχηματισμός του καρτέλ είναι όμως παράνομος και διώκεται από το δίκαιο του ανταγωνισμού κάθε χώρας.

Σύμφωνα με δημοσίευση του “press-time.gr<sup>74</sup>”  
*«Έντονα παρατηρείται το καρτέλ σε είδη πρώτης ανάγκης όπως είναι το γάλα, τα αναψυκτικά, οι καφέδες κ.α. Οι γαλακτοβιομηχανίες ασκούσαν πιέσεις στους παραγωγούς γάλακτος για να μπορούν να πωλούν φθηνότερα και να προσελκύουν*

<sup>71</sup> <https://el.wikipedia.org/wiki/κόνσερν>

<sup>72</sup> <https://erodotos.wordpress.com/2009/01/26/monopolio-kapitalismos-marx-politiki-oikonomia/>

<sup>73</sup> <https://www.euretirio.com/cartel/>

<sup>74</sup> <http://press-time.gr/index.php/reportaz/item/1680-τα-καρτέλ-που-εξουσιάζουν-τη-ζωή-μας#.Wb5zHLZLfU>



**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

ευκολότερα τους αγοραστές για τα προϊόντα τους. Οι παραγωγοί αν δεν συμμορφώνονταν σύμφωνα με τις απαιτήσεις των βιομηχανιών, δεν θα μπορούσα να πουλήσουν το γάλα τους σε κανένα έμπορο καθώς ακολοθούσαν όλοι την ίδια τακτική και άρα αναγκάζονταν να υποκύψουν. Για το λόγο αυτό κατέθεσαν καταγγελίες στις οποίες ανέφεραν ότι υποχρεώνονται να διαθέτουν το γάλα με προκαθορισμένο πλαφόν τιμής που επιβάλουν οι γαλακτοβιομηχανίες και με την στάση αυτή έρχονται ενάντια στο δίκαιο του ανταγωνισμού. Μετά από έκθεση της Γενικής Επιτροπής Ανταγωνισμού εντοπίστηκε ότι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες προέβαιναν σε ενέργειες μεταξύ τους με σκοπό την ευθυγράμμιση των τιμών πώλησης αλλά και αγορά του γάλακτος. Ενώ οργανώνουν τις τιμές ανάλογα με την γεωγραφική προέλευση του γάλακτος. Με αυτό τον τρόπο οι γαλακτοβιομηχανίες πετύχαιναν σημαντική μείωση του κόστους, ενώ διατηρούσαν το επίπεδο τιμών τους για την επίτευξη κέρδους. Επίσης η επιτροπή ανταγωνισμού παρατηρεί καρτέλ και στις αγορές μπίρας και αναψυκτικών. Οι εταιρίες αυτές έχουν πετύχει να ελέγχουν τους μεταπωλητές των προϊόντων τους με την προσφορά σε αυτούς πιστώσεων, διαφημιστικών ψυγείων που θα τα βάζουν, δωρεάν μεταφορά των εμπορευμάτων που παρήγγειλαν κ.α.»

Δημοσίευση 25 Νοεμβρίου 2013

## **7. Οι κανόνες του ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση**

---

Η Ευρωπαϊκή Ένωση για την προστασία και την ασφαλή ανάπτυξη του υγιούς ανταγωνισμού στο εσωτερικό της, έχει θέσει κανόνες.<sup>75</sup> Μέσα από τους κανόνες αυτούς προστατεύονται οι μικρότερες επιχειρήσεις, αναπτύσσεται η καινοτομία και επεκτείνεται η παραγωγικότητα της αγοράς.

Σύμφωνα με τους κανόνες αυτούς απαγορεύεται οι επιχειρήσεις<sup>76</sup>:

- i. Να κάνουν κατάχρηση της ευνοϊκής τους θέσης με στόχο την απομάκρυνση από τον κλάδο κάθε άλλης μικρότερης επιχείρησης.
- ii. Να προβαίνουν σε συμφωνίες και σε ενώσεις επιχειρήσεων για να ελέγχουν την αγορά.<sup>77</sup> Η εφαρμογή του κανόνα αυτού δεν έχει μεγάλη ισχύ καθώς η

<sup>75</sup> [https://europa.eu/european-union/topics/competition\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/competition_el)

<sup>76</sup> [http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index_el.htm)

<sup>77</sup> <http://www.kathimerini.gr/400722/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oligopwlia-kai-antagwnismos>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή προτρέπει σε ορισμένες περιπτώσεις την συγχώνευση επιχειρήσεων που διαθέτουν αυξημένη παραγωγικότητα στην Ευρωπαϊκή Ένωση ακόμα και αν η έδρα τους είναι εκτός των ορίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης ώστε αυτές να γίνουν πιο ωφέλιμες προς το κοινό συμφέρον.

- iii. Να οριοθετούν τις αγορές που θα διατίθενται τα προϊόντα καθώς και οι όροι συναλλαγής αυτών.

**7.1 Η στάση της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προάσπιση του ανταγωνισμού.**

Τις μικρές επιχειρήσεις υπερασπίζεται η Ευρωπαϊκή Ένωση και προσπαθεί με την θέσπιση και εφαρμογή κανόνων να διατηρήσει ένα κλίμα ισότητας μεταξύ μεγάλων (ισχυρών) επιχειρήσεων και μικρών (αναπτυσσόμενων) επιχειρήσεων<sup>78</sup>. Οι μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την πείρα και την ισχύ που διαθέτουν στην αγορά δημιουργώντας συνθήκες που θα ευνοούν μόνο τις ίδιες. Οι καταναλωτές και οι προμηθευτές τους θα τις προτιμούν και θα τις ξεχωρίζουν έναντι των άλλων, ενώ θα αδιαφορούν για μικρότερες από αυτές. Στόχος τους επομένως είναι η σταδιακή αποθάρρυνση και απομάκρυνση των επιχειρήσεων.<sup>79</sup> Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λαμβάνοντας γνώση όλων αυτών επιβάλλει πρόστιμα στις επιχειρήσεις που διαπιστώνει ότι ακολουθούν αυτές τις τακτικές, καθώς όταν ο αριθμός των επιχειρήσεων σε ένα κλάδο αρχίζει να φθίνει, τότε αναπτύσσεται πιο έντονα η μορφή του ολιγοπωλίου ή μονοπωλίου. Άρα οι τιμές αυξάνονται σημαντικά καθώς η προσφορά οριοθετείται και οι αγοραστικές επιλογές των καταναλωτών περιορίζονται. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λαμβάνει αυτή την στάση όχι μόνο στην παραγωγή προϊόντων αλλά και στην παροχή υπηρεσιών. Παράλληλα οφείλει να παρακολουθεί τις κυβερνήσεις των κρατών μελών σχετικά με τα μέτρα που αυτές λαμβάνουν για την προστασία του ανταγωνισμού<sup>80</sup> στο εσωτερικό τους.

**7.2. Οι υποχρεώσεις κάθε κυβέρνησης για την ανάπτυξη του κράτους και την βελτίωση των συνθηκών των πολιτών της.**

Κάθε κυβέρνηση είναι υποχρεωμένη να λαμβάνει μέτρα σύμφωνα με τις υποδείξεις από την Ευρωπαϊκή Ένωση<sup>81</sup> για να ενισχύσει:

<sup>78</sup> [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/el/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_3.2.1.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/el/displayFtu.html?ftuld=FTU_3.2.1.html)

<sup>79</sup> <http://www.kathimerini.gr/400722/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oligopwlia-kai-antagwnismos>

<sup>80</sup> [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/?lang=gr](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/?lang=gr)

<sup>81</sup> [http://ec.europa.eu/small-business/most-of-market/rules/index\\_el.htm#3](http://ec.europa.eu/small-business/most-of-market/rules/index_el.htm#3)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

- i. την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων ,
- ii. ωθήσει τα άτομα στην ανάπτυξη καινοτομιών και τεχνολογικών επιτευγμάτων,
- iii. να στηρίξει μεγάλες επιχειρήσεις ώστε να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας
- iv. να διευρύνει τον χώρο ανάπτυξης και σε αγορές εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω της μείωσης της γραφειοκρατίας για την διανομή προϊόντων/ υπηρεσιών στο εσωτερικό και στο εξωτερικό της.

Οι ενέργειες όμως αυτές στις οποίες προβαίνει η κυβέρνηση κάθε κράτους παρακολουθούνται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έτσι ώστε να διασφαλίζεται ότι το κράτος αντιμετωπίζει ισότιμα τις επιχειρήσεις που εδρεύουν στο εσωτερικό της, χωρίς να κάνει διακρίσεις.

### **7.3. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ελέγχει τις κρατικές ενισχύσεις.**

Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρακολουθεί την κρατική ενίσχυση που προσφέρεται από τα κράτη για<sup>82</sup>:

- i. Δάνεια και επιχορηγήσεις που αφορούν την ανάπτυξη τεχνολογιών και καινοτομιών, την βέλτιστη οργάνωση ,την λειτουργία της επιχείρησης μέσα από οικονομικές ενισχύσεις (ΕΣΠΑ).
- ii. Φορολογικές ελαφρύνσεις που συνεπάγονται με την μείωση των φόρων που υποχρεούνται να καταβάλλουν στο κράτος, με σκοπό να αξιοποιηθούν τα ποσά αυτά παραγωγικότερα ή αποδοτικότερα.
- iii. Απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών σε προνομιακές τιμές για λόγου εύρυθμης εκτέλεσης της παραγωγικότητας τους.
- iv. Παροχή κρατικών εγγυήσεων για την διασφάλιση ότι οι επιχειρήσεις θα ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους.

Ο βασικός λόγος για τον οποίο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναμειγνύεται τόσο έντονα στις κυβερνητικές ενισχύσεις<sup>83</sup> για την διασφάλιση του ανταγωνισμού, είναι ότι και το ίδιο το κράτος λειτουργεί κάτω από συμφέροντα. Δεν είναι αδύνατο το κράτος στην προσπάθεια του να αντιμετωπίζει όλους ισότιμα, να ξεχωρίζει κάποια ή

<sup>82</sup> [http://ec.europa.eu/competition/consumers/government\\_aid\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/government_aid_el.html)

<sup>83</sup> <http://www.kathimerini.gr/400722/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oligopwlia-kai-antagwnismos>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

κάποιες επιχειρήσεις στις οποίες θα φέρεται ευνοϊκότερα έναντι των υπολοίπων. Γι αυτό λοιπόν ,για να μην δημιουργούνται τέτοιες καταστάσεις η Επιτροπή είναι πολύ επιφυλακτική και έτοιμη να λάβει δράση για να αποτρέψει τέτοια συμβάντα. Βέβαια πρέπει να τονίσουμε ότι κάθε κρατική ενίσχυση που προσφέρεται προέρχεται από τους φορολογούμενους πολίτες κάθε χώρας. Για το λόγο αυτό πρέπει να προσφέρεται δίκαια, χωρίς να γίνονται διακρίσεις σύμφωνα με τα τυχόν κριτήρια απόκτησης της που έχουν τεθεί και οι επιχειρήσεις τα καλύπτουν.

**7.4 Ένας ακόμα λόγος που η Ευρωπαϊκή Ένωση θέσπισε κανόνες ανταγωνισμού.**

Οι κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>84</sup> για την προστασία του ανταγωνισμού πέρα από οικονομική ανάπτυξη της ένωσης, στοχεύουν και στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων στο εσωτερικό της. Εξετάζεται κατά πόσο η εφαρμογή των κανόνων αυτών ή η δημιουργία νέων θα συμβάλει θετικά στους καταναλωτές, ώστε να μεγιστοποιήσουν την ωφελιμότητα τους με την κάλυψη των περισσότερων αναγκών τους. Η κάλυψη τους μπορεί να γίνει με πληθώρα από προϊόντα και υπηρεσίες που θα έχουν στην διάθεση τους. Ακόμα θα μπορούν να αποκτήσουν σύμφωνα με τις οικονομικές τους δυνατότητες αγαθά τα οποία συνεχώς βελτιώνονται διατηρώντας ένα λογικό για την αγορά τους επίπεδο τιμών.

## **8. Το συμβούλιο ανταγωνιστικότητας.**

---

Η ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να πραγματοποιηθεί, πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή δράσεις που θα αποφέρουν όφελος στα μέλη της. Ο πιο βασικός τρόπος για να γίνει αυτό προκύπτει από τις επιχειρήσεις και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μεταξύ τους<sup>85</sup>. Με σκοπό την εξέλιξη τους σε όλους τους τομείς που θα τις κάνουν να ξεχωρίζουν και να υπερτερούν έναντι των άλλων, η επίτευξη αυτού είναι ο σκοπός τους συμβουλίου ανταγωνιστικότητας. Στο συμβούλιο γίνονται τουλάχιστον τέσσερις (4) σύνοδοι ετησίως ,στις οποίες συμμετέχουν οι υπουργοί όλων των κρατών μελών σχετικά με την καινοτομία, την οικονομία, την βιομηχανία, το εμπόριο και την έρευνα καθώς και τα αντίστοιχα αρμόδια μέλη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

---

<sup>84</sup> [http://ec.europa.eu/competition/consumers/what\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_el.html)

<sup>85</sup> <http://www.consilium.europa.eu/el/council-eu/configurations/compet/>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

**8.1 Οι υποχρεώσεις και οι αρμοδιότητες που κατέχει το συμβούλιο ανταγωνιστικότητας.**

Η βασική αρμοδιότητα του συμβουλίου ανταγωνιστικότητας<sup>86</sup> είναι ο προσδιορισμός πολιτικών στους τομείς:

- i. της βιομηχανίας,
- ii. της έρευνας και της καινοτομίας
- iii. της κοινής αγοράς

Στην βιομηχανία το συμβούλιο ακολουθεί μια σειρά από ενέργειες για την δημιουργία κανόνων που θα αφορούν την λειτουργία και τον τρόπο δράσης των βιομηχανιών σύμφωνα με τις ιδιαιτερότητες κάθε κλάδου, στο σύνολο των κανόνων που κατέχει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Με τον τρόπο αυτό θα ενισχυθούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες είναι βιώσιμες και αναμένεται να είναι κερδοφόρες παρέχοντας τους οικονομικές ενισχύσεις ,δυνατότητες ανάπτυξης ευρεσιτεχνίας και μείωση της γραφειοκρατίας για την διάθεση των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους.

Στην έρευνα και την καινοτομία το συμβούλιο λαμβάνει μέτρα για την ανάπτυξη ευρεσιτεχνιών ,τεχνολογιών και επιστημονικών επιτευγμάτων δημιουργώντας νέες θέσεις απασχόλησης και διεύρυνση της γνώσης. Με τον τρόπο αυτό βελτιώνεται η θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εξέλιξη τεχνολογίας και ενισχύοντας τον ανταγωνισμό σε διεθνές επίπεδο.

Το συμβούλιο ανταγωνιστικότητας δημιουργεί νόμους με τους οποίους απελευθερώνονται τα σύνορα μεταξύ των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και παρέχεται ελεύθερη μετακίνηση προσώπων και διακίνηση εμπορευμάτων, υπηρεσιών και κεφαλαίων.

## **9. Η νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον ανταγωνισμό.**

---

Για την διασφάλιση των συνθηκών<sup>87</sup> του ανταγωνισμού και την μη νοθεία αυτού<sup>88</sup>.

<sup>86</sup> <http://www.consilium.europa.eu/el/council-eu/configurations/compet/>

<sup>87</sup> [https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts\\_el](https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)

<sup>88</sup> <https://www.epant.gr/Pages/Legislations>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

Άρθρο 101: Η εσωτερική αγορά<sup>89</sup> είχε ως στόχο την ελευθερία στην διακίνηση των εμπορευμάτων (αγαθών και υπηρεσιών) μεταξύ των χωρών χωρίς περιορισμούς. Σύμφωνα με το άρθρο 101 απαγορεύετε κάθε απόφαση, ένωση και συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων όπως και κάθε δράση αυτών που θα έχει ως συνέπεια να επηρεάσει το εμπόριο, να θέσει περιορισμούς στην διακίνηση των εμπορευμάτων, να διαβάλλει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων των χωρών που συμμετέχουν στην εσωτερική αγορά, καθώς και κάθε άλλη συμπεριφορά που έρχεται ενάντια στο σκοπό της εσωτερικής αγοράς. Τέτοιες αποφάσεις είναι:

- i. Η παρεμπόδιση της ανάπτυξης νέας τεχνολογίας, για βελτίωση της παραγωγής, εξέλιξη της δραστηριότητας κάθε επιχείρησης με επενδύσεις.
- ii. Περιορισμούς στην ποσότητα παραγωγής και στον τρόπο παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων.
- iii. Η διάκριση των πηγών απόκτησης παραγωγικών πόρων και αγορών.
- iv. Η παρέμβαση στον τρόπο καθορισμού της τιμολογιακής πολιτικής με άμεσο ή έμμεσο τρόπο.
- v. Η δημιουργία άνισων συνθηκών ανταγωνισμού, μεταξύ των επιχειρήσεων.

Οι παραπάνω αποφάσεις και συμφωνίες είναι άκυρες.<sup>90</sup> Επίσης δεν εφαρμόζονται αποφάσεις που αφορούν συμφωνίες, συνεργασίες μέσα από ενώσεις και εκ των προτέρων συμφωνημένες δράσεις μεταξύ των επιχειρήσεων. Το άρθρο αυτό αποσκοπεί στην προστασία του υγιούς ανταγωνισμού με την συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων προϊόντων καθώς και την ανάπτυξη κινήτρων για νέους στόχους και προοπτικές διεύρυνσης της παραγωγικότητας και εξέλιξης της τεχνολογίας από κάθε επιχείρηση.

Άρθρο 102: Απαγορεύεται η κατάχρηση της κυρίαρχης θέσης που κατέχει μια επιχείρηση στην εσωτερική αγορά ή σε τμήμα αυτής, με τρόπο που συμβάλλει στην παρεμπόδιση του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών.<sup>91</sup> Αφορά κυρίως τις περιπτώσεις:

- i. Στον περιορισμό της παραγωγικής και τεχνολογικής εξέλιξης των αναγκών κάθε καταναλωτή με συνέπεια στο βαθμό ωφελιμότητας του.

<sup>89</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:l26092>

<sup>90</sup> [https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts\\_el](https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)

<sup>91</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:l26092>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

- ii. Στην δημιουργία συμφωνιών μεταξύ των παρόχων και εμπόρων που δεν έχουν εμπορικό χαρακτήρα και επηρεάζουν την μεταξύ τους συνεργασία, καθώς και πιθανές συνεργασίες με άλλους εμπόρους<sup>92</sup>.
- iii. Την εφαρμογή άνισων τιμολογιακών πολιτικών και τρόπων συναλλαγής.
- iv. Στην ανάπτυξη μη δίκαιων όρων συναλλαγής μεταξύ των παρόχων παραγωγικών πόρων και των εμπόρων του τελικού προϊόντος.

Για την πραγματοποίηση των παραπάνω άρθρων η επιτροπή καταθέτει προτάσεις, ύστερα γίνεται διαβούλευση αυτών στον Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο με την έκφραση αντίθετη ή σύμφωνης γνώμης επί αυτών. Όταν ολοκληρωθεί η διαδικασία της διαβούλευσης το Συμβούλιο αναλαμβάνει να δημιουργήσει οδηγίες, κανονισμούς καθώς και να θέσει τους όρους εφαρμογής αυτών από τα κράτη.

Άρθρο 107: Απαγορεύεται κάθε μορφής ενέργεια που δρα αρνητικά στις σχέσεις μεταξύ των κρατών και παρεμποδίζει το εμπόριο και των υγιή ανταγωνισμό.<sup>93</sup> Πιο συγκεκριμένα αφορά τις ενισχύσεις στις επιχειρήσεις από το κράτος ή από πόρους του κράτους με στόχο να διαβάλουν τις συνθήκες ανταγωνισμού παρέχοντας ενίσχυση και ευνοϊκότερη μεταχείριση σε συγκεκριμένους τομείς ή επιχειρήσεις. Η στάση αυτή έρχεται ενάντια στην εσωτερική αγορά. Οι κρατικές ενισχύσεις που είναι σύμφωνες με το στόχο της εσωτερικής αγοράς αφορούν:

- i. Μέτρα για επιδιόρθωση φυσικών καταστροφών ή έκτακτων συμβάντων με κρατική χρηματοδότηση.
- ii. Κρατική βοήθεια σε τμήμα των καταναλωτών που βρίσκετε σε δύσκολη οικονομική κατάσταση και αδυνατεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις και να καλύψει το βασικό κομμάτι των αναγκών του, χωρίς διακρίσεις.
- iii. Οικονομική ενίσχυση σε περιοχές όπου η εύρεση απασχόλησης είναι δύσκολη , το επίπεδο μόρφωσης ,ζωής και συνθήκες διαβίωσης δεν είναι ικανοποιητικά και με τη δημιουργία προοπτικών για μελλοντική ανάπτυξη και βελτίωση των συνθηκών που επικρατούν.

---

<sup>92</sup> <http://lawandtech.eu/sectors/antitrust/>

<sup>93</sup> [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/05/01/?lang=gr&all=1&s=1&e=10](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/05/01/?lang=gr&all=1&s=1&e=10)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192*

- iv. Οικονομική ενίσχυση περιοχών που λόγω της διαίρεσης τους βρίσκονται σε μειονεκτική θέση, όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο.<sup>94</sup> Μετά την πενταετία η επιτροπή μπορεί να κρίνει την διακοπή ή ενίσχυση της ενίσχυσης αυτής.
- v. Μέτρα για την αποτροπή διαταραχής στην οικονομία του κράτους ή στην ανάπτυξη δράσεων ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος<sup>95</sup>.
- vi. Δράσεις για την προστασία του πολιτισμού και της πολιτιστικής παρακαταθήκης που κάθε κράτος αποκτά από τους προγόνους του και οφείλει να διατηρήσει για να τις επόμενες γενεές εφόσον δεν έρχεται ενάντια στους κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- vii. Με τρόπο που δεν επηρεάζει τους όρους συναλλαγής, το εμπόριο και τον ανταγωνισμό μέσω της κρατικής βοήθειας επιχειρήσεων ή οικονομικά ασθενέστερων περιοχών να εξελιχθούν.
- viii. Μετά από προτάσεις της επιτροπής κάθε ενίσχυση που επιλέγει το Συμβούλιο.

**Άρθρο 108:** Με στόχο την συνεχή βελτίωση και λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, τα κράτη που λαμβάνουν μέρος σ' αυτήν ελέγχονται συνεχώς από την επιτροπή για τον τρόπο που διαχειρίζονται τις οικονομικές ενισχύσεις που παρέχονται σε κάθε τομέα του κράτους, καθώς και το κατά πόσο η χρήση αυτών συμβάλει στο σκοπό της εσωτερικής αγοράς.<sup>96</sup> Η επιτροπή προσφέρει την δυνατότητα σε κάθε κράτος να υποβάλλει εντός προθεσμίας τις παρατηρήσεις και προτάσεις που έχει σύμφωνα με τον τρόπο αξιοποίησης κάθε ενίσχυσης που κατείχε και μπορούσε να εκμεταλλευτεί προς όφελος του, για να συμμετέχει στην συνεχή ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς. Στην συνέχεια η επιτροπή μετά από έλεγχο έκφραζε τις παρατηρήσεις της σχετικά με την τήρηση της εφαρμογής του άρθρου 107, καθώς και των τυχόν καταχρηστικών στάσεων των κρατών.<sup>97</sup> Έτσι τα κράτη προτρέπονται να λάβουν μέτρα για την εξάλειψη της αρνητικής εκμετάλλευσης των ενισχύσεων ή να τροποποιήσουν τις δράσεις τους για να γίνουν πιο αποδοτικοί. Η πραγματοποίηση αυτών θα πρέπει να γίνει εντός προκαθορισμένης προθεσμίας από την επιτροπή. Η επιτροπή λαμβάνει γνώση για τις ενισχύσεις που αναμένεται να γίνουν ή την τροποποίηση που απαιτείται σε αυτές, έτσι μπορεί να εκφράσει τις παρατηρήσεις της. Όταν διαπιστώσει ότι οι ενισχύσεις είναι αντίθετες σε όσα προβλέπονται στο άρθρο 107 και 109 από τα κράτη

<sup>94</sup> <http://lawandtech.eu/sectors/antitrust/>

<sup>95</sup> [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)

<sup>96</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A32014R0651>

<sup>97</sup> [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)



**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192*

είναι διατεθειμένη να αναζητήσει λύση στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο. Στην περίπτωση μη συμμόρφωσης του κράτους στις παρατηρήσεις που έθεσε η επιτροπή, μπορεί να γίνει προσφυγή στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο είτε από το κράτος ,είτε από την επιτροπή. Στην συνέχεια το συμβούλιο καλείται να λάβει απόφαση αν η ενίσχυση που έχει πραγματοποιηθεί ή που ενδέχεται να γίνει από το κράτος είναι σύμφωνη με την εσωτερική αγορά και όλα όσα αναφέρονται ως απαγορεύσεις στα άρθρα 107 και 109. Η απόφαση του συμβουλίου καθορίζεται εντός τριών (3) μηνών από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης, σε περίπτωση που έχει καθοριστεί αποφασίζει η επιτροπή. Τέλος η επιτροπή αναλαμβάνει να θέσει τους κανονισμούς σχετικά με τις ενισχύσεις των κρατών ώστε να συμβάλλουν στην ορθή τήρηση των παραπάνω.

**Άρθρο 109:** Για την έκδοση κανονισμών που θα εφαρμόζονται όσα αναγράφονται στα άρθρα 107 και 108, καθώς επίσης την τήρηση των απαγορεύσεων αυτών είναι υπεύθυνο το συμβούλιο, αφού προηγουμένως κατατεθούν οι προτάσεις της επιτροπής και γίνει διαβούλευση από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο<sup>98</sup>.

### ***9.1 Πολιτική ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκής Ένωσης.***

Η δημιουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης έγινε με από την συνθήκη της Ρώμης που υπογράφηκε το 1957 είχε έναν βασικό στόχο έναντι των υπολοίπων που περιελάμβανε.<sup>99</sup> Ο στόχος αυτός είναι η ανάπτυξη μιας κοινής εσωτερικής αγοράς στην οποία θα επιτρέπεται η διακίνηση εμπορευμάτων ,κεφαλαίων καθώς και η μετακίνηση ανθρώπων. Εφ' όσον θα μπορούν λοιπόν οι χώρες που συμμετέχουν στην αγορά να προμηθεύονται τα αναγκαία η μια από την άλλη θα έπρεπε να διαμορφωθούν κανόνες ώστε να διασφαλίζεται η ειρήνη, η ισότητα και να αποτρέπεται το παραεμπόριο και η εκμετάλλευση της αγοράς προς όφελος μερικών. Για την επίτευξη των παραπάνω αναπτύχθηκε η πολιτική του ανταγωνισμού<sup>100</sup> όπου θα ορίζει και θα καθορίζει τις συνθήκες ανταγωνισμού στο εσωτερικό της κοινής αγοράς. Η εύρυθμη λειτουργία της κοινής αγοράς είναι ωφέλιμη τόσο για τους εμπόρους καθώς μπορούν να επεκταθούν και σε άλλες χώρες και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους αλλά περισσότερο για τους καταναλωτές που έχουν μια πληθώρα επιλογών . Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που απολαμβάνουν εξελίσσονται συνεχώς λόγω του ανταγωνισμού και το σημαντικότερο πλεονέκτημα η μείωση του κόστους

<sup>98</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32014R1014>

<sup>99</sup> [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/?lang=gr](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/?lang=gr)

<sup>100</sup> [http://ec.europa.eu/competition/consumers/what\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_el.html)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

αγοράς για τους καταναλωτές. Οι καταναλωτές εισπράττουν την μέγιστη ωφελιμότητα όπου μπορούν να απολαύσουν τα προϊόντα / υπηρεσίες με συνεχώς καλύτερη ποιότητα, χωρίς να χρειάζεται να ξοδεύουν γι' αυτά μεγάλο μέρος του χρηματικού τους εισοδήματος.

Όταν η αγορά μέσα στην οποία αναπτύσσεται μια επιχείρηση διευρύνεται τότε και η ίδια η επιχείρηση καλείται να ανταποκριθεί στις εξελίξεις για να διατηρήσει την βιωσιμότητα της αρχικά, αλλά και να εξασφαλίσει ένα κερδοφόρο μέλλον προβλέποντας σε αύξηση των αναμενόμενων πωλήσεων.<sup>101</sup> Ακόμα όταν μαζί με εκείνη υπάρχουν πλήθος από επιχειρήσεις του ίδιου αντικειμένου, στην ίδια αγορά και τα ίδια κίνητρα, τότε ο ανταγωνισμός επηρεάζει πολύ τις μελλοντικές αποφάσεις. Στόχος κάθε επιχείρησης σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον είναι η προσπάθεια της να ξεχωρίζει έναντι των υπολοίπων επιχειρήσεων με την διαφοροποίηση των προϊόντων / υπηρεσιών που προσφέρει και την ανάπτυξη της καινοτομίας. Η συνεχής εξέλιξη της παρεχόμενης ποιότητας είναι επίσης ένας παράγοντας που κάνει μια επιχείρηση να παρέχει είτε αφορά τον τρόπο παραγωγής ενός προϊόντος, την προστασία του περιβάλλοντος μειώνοντας τους ρύπους που μπορεί να έχει, αυξάνοντας το χρόνο ωφέλιμης ζωής κ.α. Στις υπηρεσίες η βελτίωση της ποιότητας αφορά την άμεση εξυπηρέτηση, την παροχή βέλτιστων υπηρεσιών, την τεχνική υποστήριξη. Βέβαια όταν ο παράγοντας αυτός συναρτάται και με μείωση της τιμής και του κόστους παραγωγής είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Οι χαμηλές τιμές σε σχέση με την προσφερόμενη ποσότητα ελκύουν περισσότερους καταναλωτές και παρέχουν στις επιχειρήσεις κίνητρα για συνεχή βελτίωση και επέκταση των δραστηριοτήτων τους, ενώ παράλληλα μέσω αυτού διευρύνουν το μερίδιο αγοράς που κατέχουν.

Μέσα από την ανάπτυξη επομένως της κοινής αγοράς στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την δημιουργία ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων με θετικό αποτέλεσμα τόσο στους καταναλωτές όσο και στις επιχειρήσεις η οικονομία της κάθε χώρας που συμμετέχει συνεχώς βελτιώνεται. Η ανάπτυξη αυτή μέσα από κρατικές ενισχύσεις παρέχει κίνητρα στις επιχειρήσεις να προσπαθούν περισσότερο ώστε να καλυτερεύσουν την θέση τους, να εξελιχθούν μέσα στην αγορά και εν γένει να διευρύνουν το μερίδιο τους στην αγορά.

## **9.2. Η κρατική φορολογία και η θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.**

---

<sup>101</sup> [http://ec.europa.eu/competition/consumers/what\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_el.html)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω AM 15192**

Κάθε κράτος<sup>102</sup> έχει αρμοδιότητα να θεσπίσει μια σειρά από άμεσους και έμμεσους φόρους που εν συνεχεία θα κλιθούν να πληρώσουν οι πολίτες και οι επιχειρήσεις του κράτους.<sup>103</sup> Μέσα από την είσπραξη των φόρων αυτών το κράτος θα έχει δυνατότητα να καλύψει τις βασικές του λειτουργικές ανάγκες και μεγάλο μέρος αυτών να το προσφέρει και επενδύσει θετικά πίσω στους πολίτες του. Η φορολογία<sup>104</sup> που καταρτίζεται από κάθε κράτος δημιουργεί με βάση τις ανάγκες που πρέπει να καλυφθούν, το ύψος αυτών και το κατά πόσο η εισπραξιμότητα τους θα είναι όσο κατά το δυνατόν γρηγορότερη. Κάθε χώρα που ρυθμίζει την φορολογία της συνήθως επηρεάζεται από τις τακτικές που ακολουθούν άλλες γειτονικές χώρες με εκείνη. Στην περίπτωση όπου η χώρα εντάσσεται και στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης οφείλει να λάβει υπόψη της και την πολιτική της Ευρωπαϊκή Ένωσης. Η Ένωση με την σειρά της έχει την δυνατότητα να παρακολουθεί τους φόρους που εφαρμόσει κάθε κράτος και να εκφράζει την γνώμη της σχετικά με το πόσο συμφωνούν με τους σκοπούς της ή όχι. Πιο συγκεκριμένα η Ευρωπαϊκή Ένωση ενδιαφέρετε να ελέγξει το κατά πόσο η επιβολή τους έχει θετικό αντίκτυπο στην παρούσα κοινωνία και πόσο μπορεί να συμβάλει θετικά ως προς την ανάπτυξη της.

Επομένως μέσα από την επιβολή φορολογίας αναμένετε να κράτος να προβεί στις κατάλληλες ανά περίπτωση ενέργειες ώστε να προσφέρει στους πολίτες τις ανάλογες ενισχύσεις σε τομείς όπως η υγεία, η παιδεία, η παραγωγή, η τεχνολογία και η τεχνογνωσία βελτιώνοντας έτσι τον τρόπο ζωής και δημιουργώντας δυνατότητες για περεταίρω εξέλιξη. Το κράτος με την συγκέντρωση των απαραίτητων οικονομικών πόρων αποφασίζει εν συνεχεία πως αυτοί θα διανεμηθούν και θα γίνουν όσο το δυνατόν πιο ωφέλιμοι για το κοινό.<sup>105</sup> Ο τρόπος με τον οποίο το κράτος επανεπενδύει πίσω στους πολίτες του γίνεται είτε με την δημιουργία έργων που θα βελτιώνουν την καθημερινότητα, είτε με την βελτίωση των συνθηκών στο τομέα της παιδείας, της υγείας, της τεχνολογίας παρέχοντας τα κίνητρα στους πολίτες να προσπαθήσουν να εξελιχθούν τόσο ως άτομα ,όσο και ως κοινωνία. Ένας ακόμη τρόπος είναι η προσφορά οικονομικών ενισχύσεων σε επιχειρήσεις που λειτουργούν ή αναμένετε να ξεκινήσουν να λειτουργούν παρέχοντας τους έτσι την δυνατότητα να επεκταθούν, να εξελίξουν την τεχνολογία τους, να προσφέρουν θέσεις απασχόλησης

<sup>102</sup> [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)

<sup>103</sup> [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuid=FTU\\_5.11.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuid=FTU_5.11.1.html)

<sup>104</sup> [https://europa.eu/european-union/topics/taxation\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/taxation_el)

<sup>105</sup> [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

σε άλλους πολίτες, να συμβάλλουν στην κάλυψη των αναγκών της χώρας και να προσφέρουν στο εξωτερικό. Παράλληλα το κράτος θα πρέπει να λάβει υπόψη του τις συνθήκες του ανταγωνισμού και να λάβει μέτρα για την διαφύλαξη του υγιούς ανταγωνισμού και να ενισχύσει την νέα επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ακόμη η Ευρωπαϊκή Ένωση ενδιαφέρετε να γνωρίζει ότι η φορολογία του κράτος συμβάλει θετικά για το ίδιο<sup>106</sup>, όσο όμως και για εκείνη και τα υπόλοιπα κράτη μέλη της, καθώς μέσα από αυτή την Ένωση τα κράτη αλληλοσυνδέονται.<sup>107</sup> Πρέπει να τηρούνται, όπως επίσης και να διαφυλάσσονται τα όσα υπογράφηκαν με την ίδρυση της, δηλαδή η διατήρηση της ειρήνης μεταξύ των κρατών, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η δυνατότητες εξέλιξης της χώρας, η διατήρηση της υγιούς ανταγωνιστικότητας, η απαγόρευση διακρίσεων και η ελευθερία μεταξύ των χωρών της ανταλλαγής αγαθών, παραγωγικών πόρων και ανθρώπων χωρίς περιορισμούς.

Στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης απαιτείται μια ομοιόμορφη κατανομή σε ορισμένους φόρους όπως είναι ο ΦΠΑ και οι ειδικοί φόροι κατανάλωσης<sup>108</sup> που αφορούν συγκεκριμένα είδη ευρείας κατανάλωσης όπως είναι τα αλκοολούχα ποτά, τα τσιγάρα και η βενζίνη. Σε αυτά τα είδη, όλα τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει από κοινού κάποιους φορολογικούς συντελεστές που θα πρέπει να εφαρμόζονται ώστε η φορολογία αυτών να μην επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα μεταξύ των επιχειρήσεων όσο και μεταξύ των κρατών στα οποία δραστηριοποιούνται τέτοιες επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα για την αποφυγή εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης της φοροδιαφυγής και της ανάπτυξης της παραοικονομίας, οι επιχειρήσεις των κρατών μελών παρατηρείτε ότι εφαρμόζουν παρόμοιους φορολογικούς κανονισμούς για την φορολογία εισοδήματος όσο και για την φορολογική αντιμετώπιση των επιχειρήσεων.

Τέλος τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>109</sup> οφείλουν να τηρήσουν τα όσα υπογράφηκαν με την συνθήκη για την δημιουργία της ένωσης και να διατηρήσουν την μεταξύ τους ειρήνη, υποστήριξη και ελευθερία συναλλαγών, επομένως παρατηρούμε ότι υπάρχει μια σύνδεση μεταξύ τους. Το γεγονός αυτό

---

<sup>106</sup> <http://www.skai.gr/news/finance/article/341763/epitropi-adagonismou-prostima-rekor-se-ellinikes-kataskeuastikes/>

<sup>107</sup> [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuid=FTU\\_5.11.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuid=FTU_5.11.1.html)

<sup>108</sup> [https://europa.eu/european-union/topics/taxation\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/taxation_el)

<sup>109</sup> [http://europa.eu/youreurope/business/vat-customs/company-tax/cyprus/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/vat-customs/company-tax/cyprus/index_el.htm)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

φαίνεται καθώς το πρόβλημα που θα κλιθεί να αντιμετωπίσει ένα κράτος θα αποτελέσει πρόβλημα και της Ένωσης. Γνωρίζουμε ότι τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>110</sup> στηρίζουν το ένα το άλλο συνήθως με οικονομική ενίσχυση όταν το κράτος από μόνο του δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτούμενες υποχρεώσεις του. Βέβαια πρέπει να διασφαλιστεί ότι η βοήθεια που παρέχετε από τα άλλα κράτη, στο κράτος που αδυνατεί, πρέπει να είναι ελεγχόμενη. Στην περίπτωση όπου το κράτος που δέχτηκε την βοήθεια δεν την διαχειρίστηκε σωστά και είχε ως αποτέλεσμα το πρόβλημα να μην ξεπεραστεί, αλλά να παραταθεί με την προϋπόθεση να ξαναχρησιαστεί βοήθεια στο μέλλον, τότε το πρόβλημα σταδιακά διευρύνετε και ξεπερνά τα σύνορα του κράτους, καθώς ενέχει επιπτώσεις και στην ίδια την Ένωση.

## **10. Συμπεράσματα**

---

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ως μια ένωση από 28 κράτη μέλη έχει ως πρωταρχικό ρόλο την διασφάλιση της ειρήνης μεταξύ των κρατών της και εν συνεχεία την προσφορά αγαθών μεταξύ τους διαμέσου της κοινής αγοράς. Η κοινή εσωτερική αγορά επιτρέπει στα κράτη μέλη στο εσωτερικό της Ένωσης να γίνετε ελεύθερη μετακίνηση προσώπων, αγαθών και κεφαλαίων. Η μετακίνηση αυτή συμβάλει θετικά στο κάθε κράτος ξεχωριστά και εν συνεχεία συνολικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Νέοι επιχειρηματίες έχουν την δυνατότητα να αναπτύξουν τις σκέψεις, τα τεχνολογικά επιτεύγματα τους, τα οράματα και τις ικανότητες τους ελεύθερα και στο κράτος που πιστεύουν ότι θα τους βοηθήσει να τα πραγματοποιήσουν. Μέσα από την εξέλιξη αυτή μειώνονται σημαντικά τα ποσοστά της ανεργίας αφού δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, παρέχονται κίνητρα για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και τη συνεχή προσπάθεια εξέλιξης και βελτίωσης αυτών. Παράλληλα αυτή η εξέλιξη και η συνεργασία των κρατών μελών οδηγεί τους ανθρώπους σε ένα καλύτερο μέλλον, καθώς βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο, η παιδεία, η υγεία, η τεχνολογία, η οικονομία κ.α. Η ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συμβάλει θετικά τόσο για την ίδια και τα μέλη της, όσο και για τα άλλα κράτη που βοηθά με διάφορους τρόπους και τους παρέχει κίνητρα ανάπτυξης.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όπως και όλα τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούνται από άτομα από τα διάφορα κράτη μέλη και όλα μαζί προσπαθούν να

---

<sup>110</sup> <https://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/28203>

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

*Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192*

βρίσκουν τρόπους για να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της κάθε χώρας και γενικότερα της Ένωσης. Σίγουρα αυτό δεν είναι πάντα εφικτό καθώς πάντα θα υπάρχουν συμφέροντα, μικρές ή μεγάλες διακρίσεις μεταξύ κάποιων μελών, αλλά η διασφάλιση της ειρήνης και αλληλοβοήθειας είναι σημαντικό.

Μέσα από την παρούσα εργασία παρατηρήσαμε ότι η αγορά που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις κάθε χώρας είτε αυτή περιορίζεται στο εσωτερικό της χώρας , είτε στο εσωτερικό της Ένωσης ,είτε λαμβάνει διεθνείς διαστάσεις, έχει διάφορες μορφές που κάθε μια θέλει διαφορετική αντιμετώπιση και λεπτό χειρισμό. Κάθε μορφή αγοράς στην οποία εντάσσονται οι επιχειρήσεις έχει χαρακτηριστικά που την διαφοροποιούν από τις άλλες. Η Ευρωπαϊκή Ένωση καλείται να λάβει θέση εκεί και να προσπαθήσει να θέσει κανόνες και οδηγίες στα κράτη μέλη που στη συνέχεια θα εφαρμόσουν κατάλληλα στις επιχειρήσεις. Οι κανόνες αυτοί έχουν ισχύ κανόνα δικαίου και η μη τήρηση τους ενέχει κυρώσεις. Για το λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Ένωση καλείται να θέσει για κάθε μορφή αγοράς την στάση που πρέπει να κρατήσει ώστε να διασφαλιστεί ο υγιής ανταγωνισμός. Αρχικά αποφασίζει για το ποια θέματα θα εξετάσει, στην συνέχεια συσκέπτεται και ύστερα παρουσιάζει στα κράτη τις αποφάσεις της και εκείνα με τις σειρά τους θα πρέπει να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα για την τήρηση των οδηγιών και των κανονισμών της.

Τέλος συμπεραίνουμε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν προσπαθεί να προβάλλει την ιδανική μορφή αγοράς μέσα στην οποία θα αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις καθώς αυτό δεν είναι πραγματικά εφικτό, αλλά προσπαθεί λαμβάνοντας ανά περίπτωση τα κατάλληλα μέτρα να συμβάλλει θετικά στον ανταγωνισμό και να διατηρήσει της σταθερότητα στο εσωτερικό της. Επομένως, αναλαμβάνει να δώσει κίνητρα για την εξέλιξη των κρατών μελών της σε όλους τους τομείς, να συμβάλει στην ανάπτυξη υγιούς ανταγωνισμού και τη διασφάλιση της μεταξύ τους ειρήνης.

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.  
Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

## Βιβλιογραφία

- <https://www.el.wikipedia.org/wiki/Ανταγωνισμός>.
- [http://ec.europa.eu/competition/consumers/why\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/why_el.html)
- <https://www.workbiz.gr/ygihs-adagonismos/>
- <https://sites.google.com/site/morphesagorasaspaita/pleonektemata-meionektemata>
- <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/cebcb5cf81cebfcf82-2.pdf>
- <https://www.euretirio.com/pliris-elftheros-teleios-antagonismos/>
- <http://kritiki.gr/microsites/isagogi-ikonomiki/chapter/ch8#@featured-feat-ennia>
- <https://www.euretirio.com/pliris-elftheros-teleios-antagonismos/>
- [http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index_el.htm)
- [https://europa.eu/european-union/topics/competition\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/competition_el)
- <http://kritiki.gr/microsites/isagogi-ikonomiki/chapter/ch8#@featured-feat-ennia>
- <https://www.euretirio.com/pliris-elftheros-teleios-antagonismos/>
- [http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205\\_Monopoly%20Inneciency.pdf](http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205_Monopoly%20Inneciency.pdf)
- <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=674463>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/Μονοπώλιο>
- <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>
- [http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205\\_Monopoly%20Inneciency.pdf](http://users.uoi.gr/alapatin/files/Lec%205_Monopoly%20Inneciency.pdf)
- <http://www.xronos.gr/reportaz/dei-ena-monopolio-poy-stadiaka-exasthenei>
- <https://www.thepressproject.gr/article/83678/Ena-basiliko-monopolio-pou-to-elegan-OASTH>
- <http://www.iefimerida.gr/news/352688/sev-kratiko-monopolio-sti-diafimisi-fernei-nomoshedio-toy-y-poyrgei-oy-psifiakis-politikis>
- <http://kiriakatikiefimerida.gr/media/διοικει-το-μονοπωλιο/>
- [https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2373/1/9917\\_02\\_chapter\\_13\\_MICRO.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2373/1/9917_02_chapter_13_MICRO.pdf)
- <https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/ECON1271.pdf>
- <http://www.iefimerida.gr/news/352688/sev-kratiko-monopolio-sti-diafimisi-fernei-nomoshedio-toy-y-poyrgei-oy-psifiakis-politikis>
- <https://www.euretirio.com/anotati-katotati-timi/>
- <https://www.lykavitos.gr/archives/442019>
- <http://www.protothema.gr/economy/article/641870/podariko-me-auxiseis-foron-se-kausima-tsigara-kai-kafe/>
- <http://users.sch.gr/pchaloul/oikonom-byz/monopolia.htm>
- <http://www.liberal.gr/arthro/97005/apopsi/arthra/giati-epiballetai-na-kratikopoiitheio-o-oasth.html>
- [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/05/05/?lang=gr&all=1&s=1&e=10](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/05/05/?lang=gr&all=1&s=1&e=10)
- <https://www.euretirio.com/anotati-katotati-timi/>
- <http://www.sigmalive.com/news/local/294634/dikastirio-ee-afksisi-forou-anti-katotati-timi-sto-alkool>
- <http://kourdistoportocali.com/read-this/omilos-ote-apo-kratiko-monopolio-se-mia-sygchroni-pelatokentriki-eteria/>
- <http://www.bookieplanet.gr/oria-sto-stoiximatiko-monopolio-zita-i-eu.html>
- <https://www.euretirio.com/monopoliakos-antagonismos/>
- <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C117/130/944,3461/>
- <https://fantoniou.files.wordpress.com/2009/12/monopolistic-competition.pdf>
- [http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index_el.htm)
- <https://el.wiktionary.org/wiki/ολιγοπώλιο>
- <https://www.euretirio.com/oligopolio/>
- <http://users.uom.gr/~esartz/teaching/BusEcon/Sec7.pdf>
- <http://www.insider.gr/apopseis/synenteyxeis/7866/i-syrriknosi-odigei-se-oligopolio-tis-tilepikoinonies>
- [https://el.wikipedia.org/wiki/οικονομικές\\_ενώσεις](https://el.wikipedia.org/wiki/οικονομικές_ενώσεις)

**Οι μορφές της αγοράς και η επιρροή  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον ανταγωνισμό.**

**Νομικού Χρυσοβαλάντω ΑΜ 15192**

- <https://erodotos.wordpress.com/2009/01/26/monopolio-kapitalismos-marx-politiki-oikonomia/>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/κονσερν>
- <https://www.euretirio.com/cartel/>
- <http://press-time.gr/index.php/reportaz/item/1680-τα-καρτέλ-που-εξουσιάζουν-τη-ζωή-μας#.Wb5zHLZLfU>
- [https://europa.eu/european-union/topics/competition\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/competition_el)
- [http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/sell-abroad/free-competition/index_el.htm)
- <http://www.kathimerini.gr/400722/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oligopwlia-kai-antagwnismos>
- [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/el/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_3.2.1.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/el/displayFtu.html?ftuld=FTU_3.2.1.html)
- <http://www.kathimerini.gr/400722/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oligopwlia-kai-antagwnismos>
- [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/?lang=gr](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/?lang=gr)
- [http://ec.europa.eu/small-business/most-of-market/rules/index\\_el.htm#3](http://ec.europa.eu/small-business/most-of-market/rules/index_el.htm#3)
- [http://ec.europa.eu/competition/consumers/government\\_aid\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/government_aid_el.html)
- <http://www.kathimerini.gr/400722/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oligopwlia-kai-antagwnismos>
- [http://ec.europa.eu/competition/consumers/what\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_el.html)
- <http://www.consilium.europa.eu/el/council-eu/configurations/compet/>
- [https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts\\_el](https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)
- <https://www.epant.gr/Pages/Legislations>
- <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:I26092>
- [https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts\\_el](https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)
- <http://lawandtech.eu/sectors/antitrust/>
- [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/05/01/?lang=gr&all=1&s=1&e=10](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/05/01/?lang=gr&all=1&s=1&e=10)
- [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)
- <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A32014R0651>
- [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)
- <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32014R1014>
- [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/15/?lang=gr](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/15/?lang=gr)
- [http://ec.europa.eu/competition/consumers/what\\_el.html](http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_el.html)
- [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)
- [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_5.11.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuld=FTU_5.11.1.html)
- [https://europa.eu/european-union/topics/taxation\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/taxation_el)
- [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)
- <http://www.skai.gr/news/finance/article/341763/epitropi-adagonismou-prostima-rekor-se-ellinikes-kataskeuastikes-/>
- [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_5.11.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuld=FTU_5.11.1.html)
- [https://europa.eu/european-union/topics/taxation\\_el](https://europa.eu/european-union/topics/taxation_el)
- [http://europa.eu/youreurope/business/vat-customs/company-tax/cyprus/index\\_el.htm](http://europa.eu/youreurope/business/vat-customs/company-tax/cyprus/index_el.htm)
- <https://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/28203>
- [https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη\\_προστασιας\\_ανταγωνισμου](https://el.wikipedia.org/wiki/αρχη_προστασιας_ανταγωνισμου)
- <http://www.skai.gr/news/finance/article/341763/epitropi-adagonismou-prostima-rekor-se-ellinikes-kataskeuastikes-/>
- [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_5.11.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/el/displayFtu.html?ftuld=FTU_5.11.1.html)