

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ

8ο εξάμηνο

Διδάσκουσα: **Μαρία Π. Καλογερά**, Διδάκτωρ Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομολόγος, MBA



ΧΗΜΕΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS
CHEMISTRY

Γιατί πρέπει να γνωρίζουμε τις μορφές αγοράς;

1. Κατανόηση του πλαισίου που λειτουργούν οι επιχειρήσεις;

- Η φαρμακοβιομηχανία μοιάζει με **ολιγοπώλιο** ή ακόμα και **μονοπώλιο**.
- Η βιομηχανία τροφίμων πλησιάζει στον **μονοπωλιακό ανταγωνισμό** με ισχυρούς παίκτες.

2. Διαφορετικές στρατηγικές τιμολόγησης :

- Η γνώση της μορφής αγοράς που ανήκει σε καθοδηγεί για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την **παραγωγή** και την **τιμολόγηση**.

3. Κατανόηση της καινοτομίας και της έρευνας

- Αν η επιχείρηση ανήκει σε αγορά με έντονο ανταγωνισμό (π.χ. χημικά καθαριστικά), η πίεση για γρήγορη καινοτομία είναι τεράστια.

Πλήρης Ανταγωνισμός Χαρακτηριστικά

1. Υπάρχει **μεγάλος αριθμός παραγωγών και αγοραστών** στην αγορά, **καμία** από τις οποίες **δεν έχει αρκετή επιρροή** ώστε να καθορίζει την τιμή.
2. Τα προϊόντα που προσφέρονται από τους παραγωγούς είναι **ομοιογενή** σε ποιότητα και χαρακτηριστικά, δηλαδή είναι ίδια σε όλες τις πτυχές.
3. Οι επιχειρήσεις μπορούν να εισέλθουν ή να εξέλθουν από την αγορά **ελεύθερα, χωρίς περιορισμούς ή εμπόδια**.
4. Οι αγοραστές και οι παραγωγοί έχουν **πλήρη πληροφόρηση** σχετικά με τις τιμές και τις ποσότητες των προϊόντων στην αγορά.
5. Υπάρχει **ίση πρόσβαση** στους παραγωγικούς πόρους.

Παράδειγμα κλάδου Πλήρους Ανταγωνισμού

Η αγροτική παραγωγή βασικών προϊόντων (π.χ. σιτάρι, καλαμπόκι, πατάτες)

Γιατί;

Πολλοί μικροί παραγωγοί → κανείς δεν ελέγχει την τιμή.

Ομοιογενές προϊόν → ένα κιλό σιτάρι είναι σχετικά ίδιο από οποιονδήποτε παραγωγό.

Ελεύθερη είσοδος/έξοδος → χαμηλά εμπόδια για να μπει/βγει κάποιος.

Πληροφόρηση σχετικά καλή → οι αγοραστές γνωρίζουν τις τιμές από αγορές, συνεταιρισμούς ή χρηματιστήρια εμπορευμάτων.

Πλήρης Ανταγωνισμός Χαρακτηριστικά

Ο πλήρης ανταγωνισμός είναι μια κατάσταση στην οποία όλες οι επιχειρήσεις σε μια αγορά είναι τόσο μικρές και αμελητέες ώστε καμία από αυτές δεν έχει τη δύναμη να επηρεάσει την τιμή του προϊόντος.



Μέχρι πότε παράγει 1 επιχείρηση?

MC (Marginal Cost) = Οριακό κόστος

➤ Πόσο κοστίζει να παράξω μία επιπλέον μονάδα προϊόντος.

MR (Marginal Revenue) = Οριακό έσοδο

➤ Πόσα χρήματα κερδίζω από την πώληση μίας επιπλέον μονάδας.

- Αν το $MC < MR$, τότε συνεχίζει να παράγει διότι κερδίζει
- Αν το $MC > MR$, τότε μειώνει την παραγωγή διότι υπάρχει απώλεια χρημάτων.

Τι γίνεται στον τέλειο ανταγωνισμό;

Καμία επιχείρηση δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή → απλώς την παίρνει ως δεδομένη.

Άρα κάθε επιπλέον μονάδα που πουλάει, αποφέρει το ίδιο έσοδο: την τιμή P .

👉 Άρα: **$MR = P$** (το οριακό έσοδο είναι ίσο με την τιμή)

Και επειδή οι επιχειρήσεις παράγουν τόσο προϊόν ώστε το οριακό κόστος να είναι ίσο προς το οριακό έσοδο, δηλαδή: $MC = MR$ τελικώς ισχύει η παρακάτω ισότητα:

$$MC=MR=P$$

Οικονομικό Κέρδος & Λογιστικό Κέρδος

👉 Οικονομικό Κέρδος = έσοδα – οικονομικό κόστος

👉 Λογιστικό Κέρδος = έσοδα – λογιστικό κόστος

Παράδειγμα

Επιχείρηση έχει τζίρο 100.000 και συνολικές δαπάνες 85.000. Ο ιδιοκτήτης της είχε πρόταση να εργαστεί σε μια άλλη επιχείρηση με ετήσιο μισθό 20.000. Ποιο το οικονομικό και ποιο το λογιστικό κόστος;

👉 Οικονομικό Κέρδος = $100.000 - 85.000 - 20.000 = -5.000$

👉 Λογιστικό Κέρδος = $100.000 - 85.000 = 15.000$

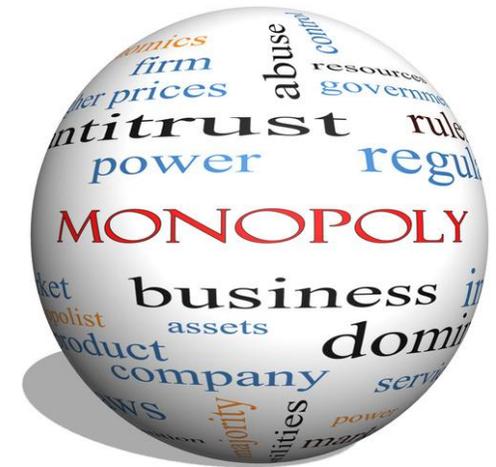
Παράδειγμα

Μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση εμφανίζει λογιστικό κέρδος 20.000€ τον χρόνο. Ο ιδιοκτήτης, όμως, έχει εγκαταλείψει θέση σε μεγάλη εταιρεία με ετήσιο εισόδημα 25.000€, ενώ το κτήριο που χρησιμοποιεί για την επιχείρηση θα μπορούσε να ενοικιαστεί για 5.000€ τον χρόνο.

Να αιτιολογήσετε αν η επιχείρηση θα πρέπει να συνεχίσει να λειτουργεί, βασιζόμενοι στην έννοια του οικονομικού κέρδους.

Μονοπώλιο Χαρακτηριστικά

Μονοπώλιο είναι η κατάσταση όπου υπάρχει **μόνο μια εταιρεία** που προσφέρει ένα **συγκεκριμένο προϊόν** σε μια αγορά, και δεν υπάρχουν άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις στον ίδιο τομέα ή οι άλλες εταιρείες είναι τόσο μικρές και αμελητέες που δεν μπορούν να ασκήσουν σημαντική επιρροή στην αγορά.



Μονοπώλιο Χαρακτηριστικά

1. Η εταιρεία που κατέχει το μονοπώλιο έχει την ικανότητα να ελέγχει την **τιμή και την ποσότητα** του προϊόντος που προσφέρει, χωρίς να υπάρχει ανταγωνισμός που να την περιορίζει.
2. Παράγει τέτοια ποσότητα ώστε $MR=MC$.
 - Αν $MR < MC$ τότε η επιχείρηση πρέπει να μειώσει την παραγωγή της ώστε να αυξήσει το κέρδος.
 - Αν $MR > MC$ τότε η επιχείρηση πρέπει να αυξήσει την παραγωγή της ώστε να αυξήσει το κέρδος.

Μονοπώλιο Χαρακτηριστικά

3. Η μονοπωλιακή επιχείρηση **δεν επιδιώκει να πουλήσει στην μέγιστη τιμή αλλά στην τιμή που θα οδηγήσει στην μεγιστοποίηση των κερδών** της.
4. Υφίσταται **απώλεια ευημερίας για το σύνολο της κοινωνίας** διότι ο μονοπωλητής προσφέρει την μικρότερη ποσότητα προϊόντος στην υψηλότερη τιμή.

Παράδειγμα: ΕΛΤΑ, ΟΠΑΠ, ΟΣΕ, ΕΥΔΑΠ

Ολιγοπώλιο Χαρακτηριστικά



Το ολιγοπώλιο είναι μια κατάσταση στην οποία υπάρχουν **λίγες εταιρείες** που κυριαρχούν σε μια συγκεκριμένη αγορά ή βιομηχανία. Ο αριθμός τους είναι μεν αρκετά περιορισμένος αλλά οι επιμέρους εταιρείες μπορούν να ασκήσουν κάποιο βαθμό επιρροής στην αγορά.

Ολιγοπώλιο Χαρακτηριστικά

1. **Λίγοι Σημαντικοί Παίκτες:** Υπάρχουν λίγες εταιρείες που κυριαρχούν στην αγορά και έχουν σημαντική επιρροή στην τιμή και την ποσότητα που παράγεται.
2. **Αλληλεξάρτηση:** Οι αποφάσεις μίας επιχείρησης (π.χ. τιμή, ποσότητα, διαφήμιση) επηρεάζουν τους ανταγωνιστές και αντιστρόφως. Πολύ συχνά, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να προβλέψουν τις αντιδράσεις των άλλων.
3. **Ομοιογενή ή διαφοροποιημένα προϊόντα:** Οι εταιρείες μπορεί να προσφέρουν προϊόντα που είναι είτε παρόμοια (πχ τσιμέντο) είτε διαφοροποιημένα μεταξύ τους (πχ μέσω της ποιότητας, των χαρακτηριστικών ή της επωνυμίας)

3. Συνεργατικές Συμπεριφορές: Οι εταιρείες συχνά αναζητούν συμπεριφορές που θα τους επιτρέψουν να διατηρήσουν τον έλεγχο της αγοράς.

4. Επιρροή στις Τιμές: Αντί να ανταγωνίζονται κυρίως με τιμές, πολλές φορές επιλέγουν: Διαφήμιση, Εξυπηρέτηση πελατών, Εγγυήσεις, Καινοτομία

Παράδειγμα: Τηλεπικοινωνίες, Ενέργειας, Καυσίμων, Αυτοκινητοβιομηχανία, Αναψυκτικών, Αεροπορικές, Τεχνολογίας (πχ Intel)

Υπόδειγμα Cournot-Ολιγοπώλιο

Το υπόδειγμα Cournot (Cournot Duopoly Model) είναι ένα από τα βασικά υποδείγματα της μικροοικονομικής θεωρίας που περιγράφει τον ανταγωνισμό μεταξύ **δύο επιχειρήσεων** (διπολίων) οι οποίες αποφασίζουν πόσο θα παράγουν, θεωρώντας δεδομένη την ποσότητα που θα παράγει ο ανταγωνιστής τους.

Άρα, οι αποφάσεις της κάθε επιχείρησης που σχετίζονται με την παραγόμενη ποσότητα δεν επηρεάζουν τις αποφάσεις και τις ενέργειες των ανταγωνιστών της για την δική τους παραγωγή.
Αντίθετα, οι αποφάσεις της επιχείρησης σχετικά με το προϊόν της επηρεάζουν την τιμή του προϊόντος.

Τι συμβαίνει στο Cournot:

Υποθέτουμε ότι οι επιχειρήσεις επιλέγουν πρώτα τις ποσότητες που θα προσφέρουν στην αγορά.

👉 Επομένως:

Η συνολική προσφερόμενη ποσότητα

$$Q = q_1 + q_2$$

εισάγεται στην αντίστροφη καμπύλη ζήτησης: $P = a - bQ$

Χρησιμοποιούμε την αντίστροφη καμπύλη ζήτησης ώστε η τιμή να εξαρτάται από την ποσότητα, και όχι το αντίστροφο όπως στη "κανονική" ζήτηση.

Υπόδειγμα Cartel-Ολιγοπώλιο

Οι επιχειρήσεις συνεργάζονται έτσι ώστε να αποφύγουν την αβεβαιότητα που προκύπτει από την αλληλεξάρτηση.

Ο τρόπος με τον οποίο ενεργούν οι επιχειρήσεις στο καρτέλ μετατρέπει αυτό σε μονοπώλιο και συγκεκριμένα σε μονοπώλιο που παράγεται ένα προϊόν σε πολλές εγκαταστάσεις.

Σενάριο 1: Ομοιογενές προϊόν

Όταν το προϊόν είναι ομοιογενές (π.χ. καθαρό νερό, βενζίνη χωρίς διαφορά ποιότητας), τότε ο ανταγωνισμός στην τιμή οδηγεί στο να ισούται η τιμή με το οριακό κόστος ($P = MC$).

👉 Αυτή η κατάσταση αντιστοιχεί στο αποτέλεσμα τέλει ανταγωνισμού, γιατί κανείς δεν μπορεί να χρεώσει υψηλότερη τιμή χωρίς να χάσει όλους τους πελάτες του.

Σενάριο 2: Διαφοροποιημένο προϊόν

Όταν το προϊόν είναι διαφοροποιημένο (π.χ. σοκολάτες, smartphones με διαφορετικά χαρακτηριστικά), η κάθε επιχείρηση έχει κάποια δύναμη στην αγορά.

👉 Εδώ, η τιμή είναι μεγαλύτερη από το οριακό κόστος ($P > MC$), γιατί οι καταναλωτές μπορεί να είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ή μάρκα.

Τι είναι διαφοροποίηση;



Κάθετη διαφοροποίηση έχουμε όταν οι καταναλωτές θεωρούν το ένα προϊόν καλύτερο ή χειρότερο του άλλου π.χ. Οι μπαταρίες Duracell είναι κάθετα διαφοροποιημένες από τις απλές διότι έχουν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής.

Τι είναι διαφοροποίηση;

Οριζόντια διαφοροποίηση σημαίνει ότι τα προϊόντα διαφέρουν μεταξύ τους ως προς τα χαρακτηριστικά ή την προτίμηση των καταναλωτών, αλλά έχουν παρόμοια ποιότητα και τιμή.

Π.χ. Δύο μάρκες αναψυκτικού: Coca-Cola και Pepsi.

Και τα δύο είναι προϊόντα ίδιας κατηγορίας, με παρόμοια τιμή και παρόμοια ποιότητα, αλλά:

Κάποιοι καταναλωτές προτιμούν τη γεύση της Coca-Cola.

Άλλοι προτιμούν την Pepsi.

Η διαφορά βασίζεται στην προσωπική προτίμηση, όχι σε ανώτερη ποιότητα ή τιμή.

Ερώτηση!

Ένας επιχειρηματίας εξετάζει την είσοδό του σε μία νέα αγορά. Παρατηρεί ότι η αγορά αποτελείται από λίγες μεγάλες επιχειρήσεις, που προσφέρουν παρόμοια αλλά όχι απόλυτα όμοια προϊόντα, και ότι η είσοδος νέων ανταγωνιστών απαιτεί μεγάλο αρχικό κεφάλαιο και επένδυση σε διαφήμιση.

Ποια ιδιαίτερη μορφή αγοράς φαίνεται να περιγράφεται;

Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός Χαρακτηριστικά

1. Η αγορά δομείται ως μονοπωλιακός ανταγωνισμός όταν ένας σχετικά μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων **παράγει ελαφρώς διαφοροποιημένα προϊόντα** (δηλαδή ίδια προϊόντα αλλά με ποιοτικές διαφορές).
2. Υπάρχει **ελευθερία εισόδου εξόδου**.
3. Οι παραγωγοί μπορούν να ορίσουν ως ένα βαθμό την **τιμή του προϊόντος τους** και να μην τη δέχονται παθητικά όπως στην τέλειο ανταγωνισμό.
4. Τα προϊόντα είναι **διαφοροποιημένα και όχι τέλεια υποκατάστατα**. Οι επιχειρήσεις επιλέγουν την ποιότητα, την εγγύηση ή τη διαφήμιση για να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό.

Παράδειγμα: Καφετέριες, κομμωτήρια, φούρνοι στη γειτονιά, μικρά καταστήματα ένδυσης/υπόδησης



Τυπολογία Οργανώσεων

Διάκριση Οργανώσεων ανάλογα με:





Τυπολογία Οργανώσεων

Διάκριση Οργανώσεων ανάλογα με:



Νομική
Μορφή

1. ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
2. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (ΟΕ, ΕΕ, ΑΕ, ΕΠΕ)

Τομέα
Παραγωγής

1. ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ
2. ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ
3. ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ



Δημόσιες/Δημοτικές:

- Κεντρική Διοίκηση
- Ν.Π.Δ.Δ π.χ. ΑΕΙ (ΝΠΔΔ)
- Ν.Π.Ι.Δ π.χ. Ωνάσειο (ΝΠΙΔ)
- Εξυπηρετούν τοπικές ανάγκες π.χ. ΔΕΥΑΠ
- Παραγωγή δημόσιων αγαθών
- Εκτέλεση έργων κοινής ωφέλειας



Ιδιωτικές Επιχειρήσεις:

- Ιδρύονται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα
- Εμπίπτουν στο ιδιωτικό δίκαιο
- Παράγουν αγαθά και υπηρεσίες με σκοπό το κέρδος

Μεικτές Επιχειρήσεις:

- Συμμετέχει και ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας, σε διαφορετικά ποσοστά.

Κατάταξη επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος

Σύμφωνα με τη σύσταση 2003/361/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δίνεται ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων με βάση **τον αριθμό των εργαζομένων και τον κύκλο εργασιών**:

- **Πολύ Μικρές** Επιχειρήσεις: Απασχολούν από 0 έως 10 άτομα προσωπικό και ο ετήσιος κύκλος εργασιών τους, όπως και ο ισολογισμός τους, δεν υπερβαίνουν τα 2.000.000€ (94,5% των ελληνικών επιχειρήσεων).
- **Μικρές** Επιχειρήσεις: Απασχολούν λιγότερα από 50 άτομα προσωπικό και ο ετήσιος κύκλος εργασιών τους, όπως και ο ισολογισμός τους, δεν υπερβαίνουν τα 10.000.000€.



Κατάταξη επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος

- **Μεσαίες** Επιχειρήσεις: Απασχολούν λιγότερα από 250 άτομα προσωπικό και ο ετήσιος κύκλος εργασιών τους δεν υπερβαίνει τα 50.000.000€, ενώ ο ετήσιος ισολογισμός τους δεν υπερβαίνουν τα 43.000.000€.
- **Μεγάλες** Επιχειρήσεις: Απασχολούν περισσότερα από 250 άτομα προσωπικό και ο ετήσιος κύκλος εργασιών τους υπερβαίνει τα 50.000.000€, ενώ ο ετήσιος ισολογισμός τους υπερβαίνουν τα 43.000.000€.



Κατάταξη επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος

Σημαντικές επισημάνσεις:

1. Τα όρια των κριτηρίων πρέπει να τηρούνται για 2 διαδοχικά οικονομικά έτη προκειμένου η επιχείρηση να χαρακτηριστεί ΜμΕ. Δεν αρκεί ένα έτος για την απόκτηση ή την απώλεια της ιδιότητας της ΜμΕ. Ελέγχονται τα δεδομένα από τις τελευταίες κλεισμένες οικονομικές χρήσεις.
2. Αν η επιχείρηση είναι νεοσύστατη γίνεται εκτίμηση βάσει του τρέχοντος οικονομικού έτους.



Νομικές μορφές των επιχειρήσεων

Διακρίνονται δύο τύποι προσώπων:

- α) Άτομο ή Φυσικό Πρόσωπο (έως 1 άτομο ιδιοκτήτης)
- β) Εταιρεία ή Νομικό Πρόσωπο

Νομικές μορφές των επιχειρήσεων



→ Ατομική Επιχείρηση



→ Νομικό Πρόσωπο

→ Ν.Π.Δ.Δ.

→ Ν.Π.Ι.Δ.

→ Κερδοσκοπικά

→ Μη Κερδοσκοπικά

Ατομική Επιχείρηση

Η ατομική επιχείρηση είναι η πιο παλιά μορφή και η πιο απλή λειτουργικά επιχείρηση.

Ταυτίζεται με το πρόσωπο του επιχειρηματία ο οποίος αποτελεί τον μόνο χρηματοδότη της επιχείρησης και είναι υπεύθυνος για όλες τις εργασίες και δραστηριότητες της επιχείρησης.

Ευθύνεται με όλη του την ατομική και επιχειρηματική περιουσία έναντι υποχρεώσεων σε τρίτους.

Διακρίνεται για την ελάχιστη γραφειοκρατία της και την ευκολία στην εκκίνηση.

Επίσης υπάρχει ευελιξία και ανεξαρτησία στις αποφάσεις.



Προσωπικές Εταιρείες

Ομόρρυθμη Εταιρεία Ο.Ε.

Υπάρχουν 2 ή περισσότεροι εταίροι που εισφέρουν με όσο κεφάλαιο χρειάζεται ή διαθέτουν και ευθύνονται με όλη τους την περιουσία και για το σύνολο των υποχρεώσεων της εταιρείας ανεξάρτητα από τη συμμετοχή τους στο κεφάλαιο.

Ετερόρρυθμη Εταιρεία Ε.Ε.

Υπάρχουν 2 ή περισσότεροι εταίροι για τα χρέη της οποίας ένας τουλάχιστον από τους εταίρους ευθύνεται περιορισμένα (ετερόρρυθμος εταίρος), ενώ ένας άλλος τουλάχιστον από τους εταίρους ευθύνεται απεριόριστα (ομόρρυθμος εταίρος).



Αφανής Εταιρεία

Η συνεργασία δύο ή περισσότερων ανθρώπων χωρίς νομική υπόσταση όπου τουλάχιστον ο ένας είναι εμφανής και διαχειρίζεται την εταιρεία. Ο αφανής εταίρος συμμετέχει στα κέρδη της εταιρείας κατά το ποσοστό ή το ποσό που έχει συμφωνηθεί στην εταιρική σύμβαση.



Κεφαλαιουχικές Εταιρείες

Ανώνυμη Εταιρεία Α.Ε.

- Απαιτείται ένα **ελάχιστο κεφάλαιο** (με βάση νομοθεσία) το οποίο είναι διαιρεμένο σε μετοχές.
- Κάθε εταίρος ευθύνεται περιορισμένα και ανάλογα με το ποσοστό συμμετοχής του στο κεφάλαιο, κάτι το οποίο φαίνεται και από τον **αριθμό των μετοχών που κατέχει**.
- Ο Διαχειριστής ευθύνεται έναντι του Δημοσίου.
- **Τα ανώτατο όργανο της Α.Ε. είναι η Γενική Συνέλευση (Γ.Σ.).**
- Επιπλέον διακρίνεται για τη **μεγάλη πιστοληπτική ικανότητα** και εξασφάλιση πρόσθετων κεφαλαίων με δανεισμό ή με έκδοση ομολόγων.
- Τα κέρδη των μετόχων προέρχονται τόσο από τα κέρδη της Α.Ε. (μέρισμα) όσο και από την αύξηση της χρηματιστηριακής τιμής των μετοχών της, εφόσον η πορεία της είναι κερδοφόρα.



Κεφαλαιουχικές Εταιρείες

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης Ε.Π.Ε.

- Μέλη της ΕΠΕ αποτελούν **φυσικά ή νομικά πρόσωπα** (ιδιώτες ή επιχειρήσεις), χωρίς να υπάρχει κάποιος περιορισμός ως προς τον αριθμό τους.
- Ο κάθε εταίρος συμμετέχει με εταιρικά μερίδια, το ύψος των οποίων καθορίζεται ελεύθερα από τα όργανα της εταιρείας.
- **Οι μερίδες δεν διατίθενται στο χρηματιστήριο και δεν είναι ελεύθερη η μεταβίβαση.**
- Η Ε.Π.Ε. είναι εμπορική-απαγορεύεται με την παρούσα νομική μορφή η άσκηση ορισμένων δραστηριοτήτων (π.χ. τραπεζικές, ασφαλιστικές, χρηματιστηριακές κ.α.).
- Οι εταίροι μίας ΕΠΕ φέρουν περιορισμένη ευθύνη για τα χρέη και τις υποχρεώσεις της, δηλαδή σε περίπτωση πτώχευσης ή νομικών διενέξεων, ευθύνονται μόνο **μέχρι το ποσό που έχουν επενδύσει σε αυτή.**



Κεφαλαιουχικές Εταιρείες

Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία Ι.Κ.Ε.

- Πρόκειται για μια νέα μορφή εταιρείας η οποία ιδρύεται μέσω της υπηρεσίας μιας στάσης (βλ. ΓΕΜΗ).
- Το καταστατικό μπορεί να είναι ένα ιδιωτικό συμφωνητικό χωρίς απαραίτητα να απαιτεί δικηγόρο ή συμβολαιογράφο.
- Στην επωνυμία της, πρέπει να περιέχονται σε κάθε περίπτωση ολογράφως οι λέξεις Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία ή Ι.Κ.Ε ή Μονοπρόσωπη Ι.Κ.Ε..
- Έχει διάρκεια ορισμένου χρόνου και εφόσον δεν ορίζεται στο καταστατικό ο χρόνος τότε διαρκεί για 12 έτη.
- Απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο **ένα (1) ευρώ** και συμμετέχει/ουν ένας εταίρος (μονοπρόσωπη) ή πολλοί.
- Οι εταίροι δύνανται να εισφέρουν με μετρητά, με περιουσιακά στοιχεία, με προσφορά εργασίας ή με ειδικές γνώσεις και επιστημονικές ικανότητες.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ

Νομική Μορφή Επιχείρησης	Είδος Επιχείρησης	Αριθμός Εταίρων	Ελάχιστο Ύψος Κεφαλαίου	Ευθύνη Εταίρων	Σημείο Σύστασης (Υπηρεσία μιας Στάσης)
Ομόρρυθμη Εταιρεία	Προσωπική	Τουλάχιστον 2	Δεν υφίσταται ελάχιστο ύψος	Απεριόριστη και εις ολόκληρον (με την προσωπική περιουσία)	Επιμελητήριο ή Πιστοποιημένο ΚΕΠ (Υπηρεσίες ΓΕΜΗ)
Ετερόρρυθμη Εταιρεία	Προσωπική	Τουλάχιστον 2 (Ένας τουλάχιστον Ομόρρυθμος)	Δεν υφίσταται ελάχιστο ύψος	Ομόρρυθμοι Εταίροι: Απεριόριστη και εις ολόκληρον Ετερόρρυθμοι εταίροι (Μέχρι του ποσού της εισφοράς τους)	Επιμελητήριο ή Πιστοποιημένο ΚΕΠ (Υπηρεσίες ΓΕΜΗ)
Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης	Μεικτή (Προσωπική /Κεφαλαιουχική)	Ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα	Δεν υφίσταται ελάχιστο ύψος	Μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Ευθύνη του Διαχειριστή έναντι του Δημοσίου και Ασφαλ. Οργανισμών	Πιστοποιημένος Συμβολαιογράφος ή πρότυπο καταστατικό
Ανώνυμη Εταιρεία	Κεφαλαιουχική	Ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα	25.000 ευρώ	Μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Ευθύνη του Εκπροσώπου έναντι του Δημοσίου και Ασφαλ. Οργανισμών	Πιστοποιημένος Συμβολαιογράφος ή πρότυπο καταστατικό. Υποχρεωτικά με Συμβολαιογράφο όταν εισφέρονται ακίνητα
Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία	Κεφαλαιουχική	Ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα	Ένα (1) ευρώ	Η ευθύνη είναι της εταιρείας με την περιουσία της και όχι των εταίρων	Επιμελητήριο ή Πιστοποιημένο ΚΕΠ (Υπηρεσίες ΓΕΜΗ)



Επίπεδα Management

Τα **επίπεδα μάνατζμεντ** αναφέρονται στις βαθμίδες διοίκησης μέσα σε έναν οργανισμό και διακρίνονται με βάση τη θέση, τις αρμοδιότητες και την ευθύνη των στελεχών. Κάθε επίπεδο έχει διαφορετικό ρόλο στη λήψη αποφάσεων, στον σχεδιασμό και στην επίβλεψη.



Επίπεδα Management

Επίπεδο	Ονομασία	Ρόλος / Ευθύνη
1. Ανώτατο επίπεδο	Top Management (π.χ. CEO, Γενικοί Διευθυντές)	Καθορίζουν την στρατηγική κατεύθυνση, τους μακροπρόθεσμους στόχους, εκπροσωπούν την επιχείρηση προς τα έξω και παίρνουν τις τελικές αποφάσεις.
2. Μεσαίο επίπεδο	Middle Management (π.χ. Διευθυντές Τμημάτων)	Εφαρμόζουν τις στρατηγικές αποφάσεις του ανώτατου επιπέδου, συντονίζουν τα τμήματα και επιβλέπουν τα στελέχη χαμηλότερων επιπέδων. Λειτουργούν ως σύνδεσμος μεταξύ κορυφής και βάσης.
3. Κατώτατο επίπεδο	Lower / First-line Management (π.χ. Επόπτες, Προϊστάμενοι Ομάδων)	Εποπτεύουν τους εργαζόμενους πρώτης γραμμής, διαχειρίζονται την καθημερινή λειτουργία και φροντίζουν για την άμεση εκτέλεση εργασιών. Έχουν συχνή επαφή με το προσωπικό.



Ρόλοι management



Ανώτατο Μάνατζμεντ (CEO, Διοίκηση)



Μεσαίο Μάνατζμεντ (Διευθυντές, Managers)



Κατώτατο Μάνατζμεντ (Επόπτες, Ομαδάρχες)



Εργαζόμενοι (Εκτελεστικό προσωπικό)

Ανώτατο Μάνατζμεντ (Top Management)

- General Manager / Γενικός Διευθυντής
- Plant Director / Διευθυντής Εργοστασίου
- Technical Director / Τεχνικός Διευθυντής
- Quality & Regulatory Director (ειδικά στη φαρμακοβιομηχανία)

Μεσαίο Μάνατζμεντ (Middle Management)

- Production Manager / Υπεύθυνος Παραγωγής
- Quality Control Manager / Υπεύθυνος Ποιοτικού Ελέγχου
- R&D Manager / Υπεύθυνος Έρευνας και Ανάπτυξης
- HSE Manager (Health, Safety, Environment)

-
- Shift Supervisor / Επόπτης Βάρδιας
 - Laboratory Supervisor / Επόπτης Εργαστηρίου
 - Production Line Coordinator
 - Team Leader

Επιστημονικές Θέσεις χωρίς διοίκηση

(Αλλά μπορεί να εξελιχθούν σε μάνατζμεντ)

- Chemical Analyst
- Process Chemist
- Formulation Chemist
- Regulatory Affairs Officer
- QA/QC Specialist

Οργανόγραμμα

