

1.5 Η κοινωνικότητα των νέων

Στόχοι της υποενότητας αυτής είναι οι μαθητές:

- ➔ Να αναγνωρίσουν την αξία του χαρακτήρα και του αλληλοσεβασμού στις διαπροσωπικές σχέσεις.
- ➔ Να διακρίνουν τα χαρακτηριστικά του καλού φίλου.
- ➔ Να φέρονται στο άλλο φύλο με σεβασμό, ειλικρίνεια και απλότητα.

Λέξεις – κλειδιά: χαρακτήρας, ηθικές αξίες, σεβασμός, αλληλοσεβασμός, αληθινή φιλία, άλλο φύ-

α. Η καλλιέργεια του χαρακτήρα των νεαρών ατόμων

Πολλές φορές οι άνθρωποι γκρεμίζουν με το χαρακτήρα τους ό,τι χτίζουν με το νου τους. Γι' αυτό το λόγο η διαμόρφωση και η καλλιέργεια του χαρακτήρα του ατόμου έχει μεγάλη σημασία για τη ζωή του.

Χαρακτήρας είναι το σύνολο των μόνιμων και ουσιαστικών γνωρισμάτων κάθε ανθρώπου, με τα οποία διαφοροποιείται από τους άλλους ανθρώπους.

Η καλλιέργεια του χαρακτήρα είναι μια διαδικασία που συντελείται σταδιακά και επηρεάζεται από την **κληρονομικότητα**, το **φυσικό περιβάλλον** (έδαφος, κλίμα) και το **κοινωνικό περιβάλλον** (κοινότητα, οικογένεια, σχολείο).

Στην περίοδο της εφηβείας είναι πολύ σημαντικό ο νέος να καλλιεργεί το χαρακτήρα του με ηθικές αξίες, ώστε να είναι ικανός να ξεπερνά τα προβλήματα της ηλικίας του και να προοδεύει ατομικά και κοινωνικά.

β. Η σπουδαιότητα της συμπεριφοράς και του αλληλοσεβασμού στις διαπροσωπικές σχέσεις

Όπως αναφέραμε στην υποενότητα «Ο κοινωνικός περίγυρος – Μορφές διαπροσωπικών σχέσεων», ο σεβασμός θα πρέπει να είναι ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς μας. Με το σεβασμό εκτιμάμε και αποδεχόμαστε τα γνωρίσματα του χαρακτήρα του άλλου. Βέβαια, δείχνοντας σεβασμό σε κάποιον απαιτούμε και από τον ίδιο σεβασμό προς το πρόσωπό μας. Για να γινόμαστε άξιοι σεβασμού, θα πρέπει να σεβόμαστε πρώτα τον εαυτό μας και να τον αποδεχόμαστε με όλα τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που έχει. Οι διαπροσωπικές σχέσεις βασίζονται, λοιπόν, στον αλληλοσεβασμό.

Ο αλληλοσεβασμός κερδίζεται με τη συμπεριφορά και τη στάση των ατόμων και δε θα πρέπει να στηρίζεται στο φόβο και στη σκοπιμότητα.

γ. Η ανάπτυξη της φιλίας και τα χαρακτηριστικά ενός φίλου

Σε όλες τις εποχές η φιλία υμνήθηκε ως ένα από τα μεγαλύτερα αγαθά. Από τα αρχαία χρόνια πίστευαν πως όποιος τοποθετεί τη φιλία κάτω από τον πλούτο και τη δύναμη είναι τρελός.

Στην ηλικία της εφηβείας, η φιλία βασίζεται όχι μόνο σε κοινά ενδιαφέροντα, αλλά και σε κοινά προσωπικά προβλήματα. Οι έφηβοι σε αυτή την περίοδο της ζωής τους αρχίζουν να απομακρύνονται από τους γονείς τους και να αναζητούν την ανεξαρτησία τους μέσα από τους φίλους.

Η φιλία παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή του ανθρώπου γιατί:

- Είναι καταφύγιο σε κάθε δυσκολία της ζωής.
- Ικανοποιεί την ανάγκη του ανθρώπου για πραγματική επικοινωνία.
- Τον βοηθά να γνωρίσει τον εαυτό του μέσα από την παρέα.
- Αναπτύσσει την αλληλεγγύη και τη συνεργασία, την άμιλλα και την ανθρωπιά.

Η αληθινή φιλία για να επιβιώσει χρειάζεται αγάπη, αφοσίωση, αλληλοκατανόηση, χρόνο, προσοχή, εμπιστοσύνη, ειλικρίνεια, δεν απαιτεί αποκλειστικότητα και δεν περιμένει ανταλλάγματα. Μόνο έτσι μεγαλώνει τις χαρές και μικραίνει τις λύπες της ζωής.

Γενικά η πραγματική φιλία αποδεικνύεται όταν συμπαραστεκόμαστε στο φίλο μας στις δυσκολίες και στα προβλήματα που αντιμετωπίζει.

Στις μέρες μας, όμως, είναι δύσκολο να δημιουργηθούν στενές φιλιές και ιδιαίτερα στα αστικά κέντρα. Ο γρήγορος ρυθμός της ζωής, οι μακρινές αποστάσεις, η ενασχόληση των εφήβων με πολλές δραστηριότητες χαλαρώνουν τις φιλικές σχέσεις, ακόμα και αν οι ίδιοι νιώθουν την ανάγκη να μοιραστούν τις σκέψεις και τα προβλήματά τους με τους φίλους τους και να απολαύσουν τη συντροφιά τους. Αποτέλεσμα αυτού του τρόπου ζωής είναι να επικοινωνούν μεταξύ τους κυρίως σε εκδηλώσεις διασκέδασης ή από το τηλέφωνο.



Εικ. 1.15 Η φιλία σε βοηθά να γνωρίσεις τον εαυτό σου μέσα από την παρέα



Εικ. 1.16 Η επικοινωνία του εφήβου με κάποιο άτομο μεγαλύτερης ηλικίας είναι αναγκαία όταν δεν υπάρχει ένας στενός συνομήλικος φίλος

δ. Οι σχέσεις των νέων με το άλλο φύλο

Τα πρώτα χρόνια της εφηβείας αποτελούν περίοδο αλλαγής για τον νέο. Γίνονται αλλαγές στο σώμα του, στο πώς σκέφτεται και στο πώς νιώθει. Οι αλλαγές αυτές σε άλλους εφήβους είναι πιο γρήγορες και πιο φανερές και σε άλλους εμφανίζονται αργότερα. Παράλληλα, την περίοδο της εφηβείας αρχίζει να εκδηλώνεται πιο έντονα το ενδιαφέρον για το άλλο φύλο.

Η χρονική στιγμή όμως, που ο έφηβος θα αρχίσει να δημιουργεί σχέσεις με το άλλο φύλο δεν είναι ίδια για όλους. Εξαρτάται από την ηλικία και το χαρακτήρα, τα ερεθίσματα που δέχεται ο νέος από το οικογενειακό, κοινωνικό και σχολικό περιβάλλον κ.ά.

Οι σχέσεις που δημιουργούνται στην εφηβική ηλικία είναι εμπειρίες που καθορίζουν και επηρεάζουν τη μελλοντική αισθηματική ζωή του ανθρώπου.

Γι' αυτό, η σύναψη σχέσεων με το άλλο φύλο δε θα πρέπει να γίνεται για λόγους μίμησης, προβολής ή ως απόδειξη ενηλικίωσης, αλλά θα πρέπει να αποτελεί μια μορφή κοινωνικής γνωριμίας, η οποία θα προσφέρει στο νέο μια σημαντική εμπειρία ζωής.

Τα δύο φύλα λοιπόν θα πρέπει να φέρονται μεταξύ τους με σεβασμό, ευγένεια, απλότητα, ειλικρίνεια, τιμιότητα και κατανόηση. Αν τα κίνητρα είναι ο εγωισμός, η επιβολή και η μονομερής ευχαρίστηση, τότε κανένας από τους δύο νέους δε χαιρέται πραγματικά.



Εικ. 1.17 Το ενδιαφέρον για σύναψη σχέσεων με το άλλο φύλο εκδηλώνεται ιδιαίτερα στην εφηβική ηλικία

❶ Ανακεφαλαίωση

Η οικογένεια είναι το πρώτο σχολείο της ζωής. Η σπουδαιότητά της φαίνεται από το γεγονός ότι τη συναντάμε στις κοινωνίες όλων των εποχών. Μέσα στην οικογένεια το άτομο ικανοποιεί τις βιολογικές και ψυχολογικές ανάγκες του, αποκτά κοινωνικές αρετές, διδάσκεται ηθικές αξίες, διαμορφώνει και καλλιεργεί το χαρακτήρα του, αποκτά γνώσεις και λύνει τις απορίες του. Σκοπός της οικογένειας είναι η δημιουργία ενός υγιούς και ηθικού περιβάλλοντος, όπου θα ζήσουν ευτυχισμένα όλα τα μέλη της και τα παιδιά θα γίνουν ικανά να ενταχθούν στην ευρύτερη κοινωνία.

Η διαδικασία αυτή ένταξης του ατόμου στην κοινωνική πραγματικότητα ονομάζεται κοινωνικοποίηση. Η κοινωνικοποίηση εξαρτάται από τη στάση των γονιών και τις διαπροσωπικές σχέσεις των μελών της οικογένειας τόσο στο οικογενειακό, όσο και στο σχολικό και στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Η συναναστροφή αυτή των ανθρώπων απαιτεί την άσκηση μιας αποτελεσματικής επικοινωνίας, η οποία θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από ήπιο κλίμα, ελευθερία έκφρασης, προσοχή, ειλικρίνεια, σαφήνεια και καλοπροαίρετη διάθεση.

Στις μέρες μας ένας νέος τρόπος επικοινωνίας έχει κάνει την εμφάνισή του. Αυτός ο τρόπος επικοινωνίας περιλαμβάνει την επικοινωνία μέσα από τα κινητά τηλέφωνα, το Διαδίκτυο κ.λπ. (μαζική επικοινωνία). Οι σύγχρονοι τρόποι μαζικής επικοινωνίας βελτιώνουν την ποιότητα της ζωής του ανθρώπου, εγκυμονούν όμως κινδύνους όταν δε λαμβάνονται τα απαραίτητα μέτρα προστασίας. Γι' αυτό ο άνθρωπος θα πρέπει να μην είναι παθητικός δέκτης, αλλά να συμμετέχει με κριτικό πνεύμα στο περιεχόμενο όλων των ειδών επικοινωνίας και να μην κάνει συχνή και αλόγιστη χρήση τους. Θα πρέπει, επίσης, να επεξεργάζεται τα διαφημιστικά μηνύματα, να μην παραπλανάται και να κάνει σωστές επιλογές.

2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

2.1 Οικονομικοί πόροι

Στόχοι της υποενότητας αυτής είναι οι μαθητές:

- ➔ Να κατανοήσουν τα είδη των οικονομικών πόρων και τη σημασία τους για την ανάπτυξη της οικονομίας.
- ➔ Να συνειδητοποιήσουν το πρόβλημα των περιορισμένων οικονομικών πόρων.
- ➔ Να κατανοήσουν την έννοια της παραγωγής και της οικιακής παραγωγής ειδικότερα.

Λέξεις – κλειδιά: παραγωγικοί συντελεστές, παραγωγή, περιορισμένοι οικονομικοί πόροι, οικονομικά ερωτήματα, αποτελεσματική κατανομή πόρων και αγαθών, οικογένεια, στάδια αγοραστικής διαδικασίας, διαρκή και μη διαρκή αγαθά, εισόδημα, χρόνος

Είναι γνωστό σε όλους μας ότι η **επιβίωση** και η **ικανοποίηση** των αναγκών των ατόμων μιας κοινωνίας εξαρτώνται από τα **αγαθά** (π.χ. σπίτια, αυτοκίνητα κ.λπ.) που παράγουν οι εργαζόμενοι. Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα αγαθά αυτά για να επιβιώνουν και να βελτιώνουν τη ζωή τους. Κάθε άνθρωπος, όπως και κάθε οικογένεια, έχει διαφορετικές ανάγκες. Για να καλυφθούν όλες οι ανάγκες μας πρέπει να υπάρχει αφθονία αγαθών. Και για να συμβεί αυτό πρέπει να υπάρχουν και να χρησιμοποιούνται οι **οικονομικοί πόροι ή παραγωγικοί συντελεστές**.

Οικονομικοί Πόροι ή Παραγωγικοί Συντελεστές είναι όλα τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών σε μια κοινωνία.

Οι οικονομικοί πόροι είναι οι παρακάτω:

✓ **Το έδαφος.** Ο πόρος αυτός περιλαμβάνει τη γεωργική έκταση, τα δάση, τις λίμνες, το υπέδαφος κ.ά., στοιχεία που είναι χρήσιμα για την παραγωγή προϊόντων. Για παράδειγμα, από την καλλιέργεια των χωραφιών παράγονται σιτηρά και λαχανικά, ενώ από το δάσος παράγεται ξυλεία.

✓ **Η εργασία.** Λέγοντας «εργασία» εννοούμε γενικά την προσπάθεια, σωματική και πνευματική, που καταβάλλουν οι άνθρωποι για να παράγουν αγαθά και υπηρεσίες. Για να θεωρηθεί εργασία πρέπει η συγκεκριμένη προσπάθεια του ανθρώπου να στοχεύει στη χρηματική αμοιβή. Για παράδειγμα, ο μαθητής που παίζει ποδόσφαιρο με άλλους συμμαθητές του στην αυλή του σχολείου δεν εργάζεται, αλλά απλώς ψυχαγωγείται. Αντίθετα, ο ποδοσφαιριστής του επαγγελματικού ποδοσφαίρου, που αγωνίζεται στο γήπεδο και αμείβεται γι' αυτή την προσπάθειά του, εργάζεται γιατί προσφέρει μια υπηρεσία (παρέχει θέαμα) στους θεατές.

✓ **Το κεφάλαιο.** Ο πόρος αυτός περιλαμβάνει όλα τα παραγωγικά μέσα (μηχανήματα, εργαλεία κ.ά.) που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία για την παραγωγή άλλων προϊόντων. Για παράδειγμα, τα γεωργικά μηχανήματα και τα λιπάσματα, που χρησιμοποιούνται ως συντελεστές παραγωγής στη γεωργική παραγωγή, είναι κεφάλαιο για τους καλλιεργητές.

✓ **Η τεχνολογία.** Ο πόρος αυτός είναι σχετικά καινούργιος και ορίζεται ως η πρόοδος και η εξέλιξη των τεχνικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται και εφαρμόζονται σε κάθε παραγωγική διαδικασία. Για παράδειγμα, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές συντελούν στην κατασκευή αυτοκινήτων.

✓ **Η επιχειρηματικότητα.** Επιχειρηματικότητα ονομάζουμε τη δραστηριότητα των ανθρώπων στην προσπάθειά τους να συνδυάσουν αποτελεσματικά τους τέσσερις παραπάνω συντελεστές (έ-

δαφος, εργασία, κεφάλαιο, τεχνολογία) για να γίνει η παραγωγή. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι προκειμένου μια επιχείρηση να επιβιώσει στην αγορά για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα θα πρέπει να έχει κέρδος. Βασικός στόχος μιας επιχείρησης, λοιπόν, είναι το κέρδος.

Άρα, οι άνθρωποι συνδυάζουν τους παραγωγικούς συντελεστές για να παράγουν αγαθά και υπηρεσίες. Για παράδειγμα, ο αγρότης αναλαμβάνει επιχειρηματικές αποφάσεις (επιχειρηματικότητα) και χρησιμοποιεί τις πρώτες ύλες, ζωικές και φυτικές (έδαφος), τα χωράφια, μηχανήματα, λιπάσματα (κεφάλαιο) και την εργασία του για να παράγει αγροτικά προϊόντα.

Παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών είναι το αποτέλεσμα του κατάλληλου συνδυασμού των παραγωγικών συντελεστών.

Παραγωγή βέβαια δεν γίνεται μόνο στα εργοστάσια και στις επιχειρήσεις αλλά καθημερινά από τα μέλη κάθε οικογένειας μέσα στο σπίτι. Η παραγωγή αυτή ονομάζεται **οικιακή παραγωγή**.

Για παράδειγμα, η διαδικασία καθαρισμού και συντήρησης του σπιτιού, η προετοιμασία του φαγητού κ.λπ. είναι οικιακή παραγωγή.

Οι οικονομικοί πόροι δεν επαρκούν πάντα για να παράγουν τόσα αγαθά και υπηρεσίες ώστε να καλύψουν τις απεριόριστες ανάγκες των ανθρώπων. Άριστη ποσότητα αγαθών και υπηρεσιών θεωρείται η ποσότητα εκείνη που χρησιμοποιεί σωστά τους οικονομικούς πόρους (δηλαδή τους παραγωγικούς συντελεστές) ενώ ταυτόχρονα ικανοποιεί τις περισσότερες ανάγκες των ανθρώπων. Η εξέλιξη της τεχνολογίας δίνει τη δυνατότητα με την ίδια ποσότητα παραγωγικών συντελεστών να παράγουμε περισσότερα αγαθά. Για παράδειγμα, αν ένας αγρότης χρησιμοποιήσει τρακτέρ για να σπείρει καρπό, θα σπείρει πιο γρήγορα παρά αν έκανε την ίδια εργασία με το χέρι.



Εικ. 2.1 Αγρότης που σπέρνει με τη βοήθεια ενός τρακτέρ



Εικ. 2.2 Αγρότης σε χειρονακτική εργασία

Προκειμένου, λοιπόν, να εκπληρωθούν οι «επιθυμίες» των ανθρώπων, υπάρχουν τρία ερωτήματα κοινά για όλο τον κόσμο.

Τα ερωτήματα αυτά είναι:

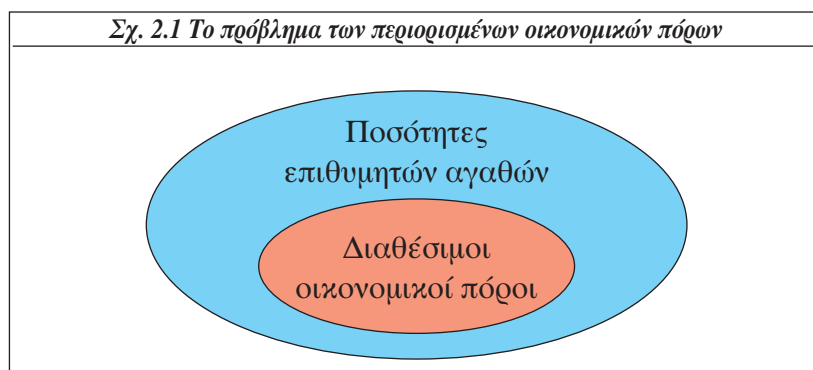
- ✓ Ποια προϊόντα και υπηρεσίες θα παραχθούν;
- ✓ Σε ποιες ποσότητες;
- ✓ Με ποιον τρόπο θα παραχθούν;
- ✓ Πώς θα κατανεμηθούν στα μέλη της κοινωνίας;



Εικ. 2.3 Η οικονομία σκέφτεται...

Εκείνο που πρέπει να επισημάνουμε είναι η σχέση που υπάρχει ανάμεσα στις επιθυμίες των ανθρώπων για αγαθά και στη δυνατότητα που έχει μια οικονομία να παράγει αυτά τα αγαθά. Ενώ μια οικονομία μπορεί να παράγει οποιαδήποτε ποσότητα από ένα συγκεκριμένο αγαθό που επιθυμούν οι άνθρωποι, δεν μπορεί να κάνει το ίδιο για όλα τα αγαθά. Για παράδειγμα, υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που επιθυμούν τις σοκολάτες περισσότερο από τα ζαχαρωτά. Επομένως, η οικονομία θα παράγει περισσότερες σοκολάτες παρά ζαχαρωτά, αφού είναι αδύνατον να παραχθεί απεριόριστη ποσότητα και από τα δύο αγαθά, καθώς δεν υπάρχουν οι αναγκαίοι οικονομικοί πόροι.

Το σχήμα 2.1 παρουσιάζει το πρόβλημα των περιορισμένων παραγωγικών δυνατοτήτων.



Εικ. 2.4 Η κοινωνία προσπαθεί να μοιράσει την «πίτα» των αγαθών

Οι κοινωνίες προσπαθούν να δώσουν μια απάντηση στο ερώτημα **πώς** θα κατανεμηθούν τα αγαθά. Το ερώτημα αυτό είναι πολύ σημαντικό γιατί η κατανομή των αγαθών πρέπει να είναι **δίκαιη**. Από την άλλη μεριά η κατανομή των αγαθών πρέπει να είναι **αποτελεσματική**, δηλαδή να μη γίνεται σπατάλη των οικονομικών πόρων. Όμως στην πραγματικότητα δεν επιτυγχάνεται πάντα η δίκαιη και αποτελεσματική κατανομή που αναφέραμε. Η κατάλληλη χρησιμοποίηση των παραγωγικών συντελεστών, ώστε με τη χρήση τους να παράγονται αγαθά που θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες όσο το δυνατόν περισσότερων ανθρώπων, είναι η αποτελεσματικότερη λύση.

2.2 Ο οικονομικός ρόλος της οικογένειας

Στόχοι της υποενότητας αυτής είναι οι μαθητές:

- ➔ Να συνειδητοποιήσουν τον οικονομικό ρόλο της οικογένειας μέσα σε μια οικονομία.
- ➔ Να διερευνήσουν την αγοραστική συμπεριφορά της οικογένειας.

Λέξεις – κλειδιά: οικογένεια, αγαθά, διαφήμιση, χρόνος, κατανάλωση, χρήματα

Εξετάσαμε ήδη τον κοινωνικό ρόλο της **οικογένειας**. Όμως, η οικογένεια έχει εξίσου σημαντικό οικονομικό ρόλο μέσα στην κοινωνία, αφού καταναλώνει και παράγει αγαθά. Δηλαδή αγοράζει αγαθά για να ικανοποιήσει τις ανάγκες της και επομένως **καταναλώνει**, αλλά και **παράγει** αφού μπορεί να παράγει αγαθά και στο σπίτι (οικιακή παραγωγή).

Η οικογένεια είναι σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης μιας οικονομίας γιατί:

- συμβάλλει στη διατήρηση ή και αύξηση του πληθυσμού της κοινωνίας

- μέσα σ' αυτήν ο άνθρωπος αναπτύσσεται σωματικά και ψυχικά, συνειδητοποιεί τον κόσμο μέσα από το οικογενειακό περιβάλλον, αναπτύσσει πρωτοβουλίες και διαμορφώνει την κοινωνική και οικονομική συμπεριφορά του

- δέχεται και αφομοιώνει τις μεταβολές που συμβαίνουν και επηρεάζουν την οικονομική ανάπτυξη. Για παράδειγμα, παλιότερα η οικονομική ανάπτυξη στηριζόταν κατά κύριο λόγο στην καλλιέργεια της γης και την κτηνοτροφία. Με το πέρασμα, όμως, των χρόνων συνέβησαν αλλαγές, όπως για παράδειγμα το φαινόμενο της αστικοποίησης, και οι άνθρωποι στράφηκαν στο εμπόριο και τη βιοτεχνία και αργότερα στη βιομηχανία.



Εικ. 2.5 Οικογένεια

Η οικογένεια ως οικονομική μονάδα έχει τη δυνατότητα να συνδυάζει την κατανάλωση και την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Σκοπός της οικογένειας (και κάθε ατόμου) είναι η κατανάλωση των αγαθών και υπηρεσιών προκειμένου να ικανοποιηθούν όλο και περισσότερες ατομικές και οικογενειακές ανάγκες.

Μια οικογένεια πριν αγοράσει ένα αγαθό:

- ✓ **διαπιστώνει** την ανάγκη που πρέπει να ικανοποιήσει
- ✓ **αναζητά** τις κατάλληλες πληροφορίες για τα διάφορα προϊόντα. Σε αυτό το στάδιο επηρεάζεται κυρίως από τα διαφημιστικά μηνύματα ή από το φιλικό περιβάλλον, για τους διάφορους τύπους των προϊόντων που υπάρχουν στην αγορά

- ✓ **ερευνά** τις διάφορες αγορές από τις οποίες μπορεί να προμηθευτεί το προϊόν
- ✓ **συγκρίνει** τις τιμές και γενικότερα τις διάφορες προσφορές
- ✓ **αξιολογεί** όλες τις προτάσεις που έχει
- ✓ **παίρνει** την τελική απόφαση.



Εικ. 2.6 Αγορά αγαθών από τα μέλη μιας οικογένειας

Με αυτόν τον τρόπο εάν, για παράδειγμα, μια οικογένεια (ή ένας καταναλωτής) επιθυμεί να αγοράσει ένα αυτοκίνητο για να ικανοποιήσει τις ανάγκες μετακίνησης, πρέπει αρχικά να συλλέξει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τους διάφορους τύπους και μάρκες αυτοκινήτων που υπάρχουν στην αγορά, καθώς και για τις υπηρεσίες ελέγχου και επισκευής που προσφέρουν οι διάφορες αυτοκινητοβιομηχανίες. Στη συνέχεια θα πρέπει να συγκρίνει τις τιμές των διάφορων αυτοκινητοβιομηχανιών και αφού τις αξιολογήσει να αποφασίσει ποιο αυτοκίνητο θα αγοράσει τελικά. Βέβαια, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι αρκετές πληροφορίες που συλλέγει η οικογένεια (αλλά και ο καταναλωτής) γίνονται γνωστές από τις διαφημίσεις στην τηλεόραση, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο κ.λπ.

Η **διαφήμιση** παίζει σημαντικό ρόλο και επηρεάζει την απόφαση του καταναλωτή για τις αγορές προϊόντων και υπηρεσιών.

Ένας πρώτος διαχωρισμός των αγαθών είναι σε **παραγωγικά** και **καταναλωτικά**.

Παραγωγικά ονομάζουμε τα αγαθά που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή άλλων αγαθών, όπως τα κτίρια, τα μηχανήματα κ.ά. **Καταναλωτικά αγαθά ή αγαθά για κατανάλωση** είναι αυτά που τα χρησιμοποιούμε για την άμεση ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων, για παράδειγμα, τρόφιμα και ρούχα. Ειδικότερα, τα αγαθά τα οποία χρησιμοποιούνται μόνο μία φορά, όπως για παράδειγμα η σοκολάτα, το παγωτό κ.ά. ονομάζονται **μιας χρήσης ή καταναλωτά**.

Όμως, θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι τα αγαθά ανάλογα με τη χρήση τους μπορούν να είναι άλλοτε καταναλωτικά και άλλοτε παραγωγικά. Ως παράδειγμα ενός αγαθού που άλλοτε χρησιμοποιείται ως καταναλωτικό και άλλοτε ως παραγωγικό, μπορεί να αναφερθεί η σοκολάτα που θεωρείται καταναλωτικό αγαθό αν τη χρησιμοποιήσουμε για να τη φάμε, και ως παραγωγικό αν χρησιμοποιηθεί ως πρώτη ύλη για την παρασκευή ενός κέικ.

Άλλος διαχωρισμός των οικονομικών αγαθών είναι σε **διαρκή** και **μη διαρκή**.

Διαρκή ονομάζουμε τα αγαθά που έχουν σχετικά μεγάλη χρονική διάρκεια, όπως τα αυτοκίνητα και τα ηλεκτρονικά είδη.

Μη διαρκή ονομάζουμε τα αγαθά που έχουν σχετικά μικρή χρονική διάρκεια, όπως τα τρόφιμα και τα ρούχα.

Τα μέλη μιας οικογένειας, για να αποκτήσουν αγαθά, χρειάζονται εισοδήματα, δηλαδή χρήματα, τα οποία αποκτούν κυρίως από την εργασία τους. Αποφασίζουν, λοιπόν, ποιες ανάγκες θα καλύψουν με βάση τις προτεραιότητές τους. Επειδή, δηλαδή, δεν μπορούν να αγοράσουν όλα τα αγαθά, επιλέγουν εκείνα που κατά τη γνώμη τους θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους.

Παρόλο που η διαδικασία αγοράς ενός αγαθού είναι η ίδια για όλα τα καταναλωτικά αγαθά, εκεί που υπάρχει διαφορά είναι στο χρόνο που διαθέτει ο καταναλωτής. Για παράδειγμα, εάν ο καταναλωτής επιθυμεί να αγοράσει πατάτες, πρέπει να μάθει ποιος είναι ο μανάβης που έχει τις πιο φρέσκιες και καλές πατάτες και φυσικά με την καλύτερη τιμή. Για τη συλλογή αυτών των πληροφοριών δεν απαιτείται τόσος χρόνος όσος για την αγορά αυτοκινήτου.

Ο χρόνος είναι χρήμα: οι άνθρωποι διαθέτουν το χρόνο τους για να παράγουν αγαθά (στον εργασιακό χώρο ή στο σπίτι).

Ο ελεύθερος χρόνος είναι αγαθό που η «κατανάλωσή του» δίνει μια ορισμένη ικανοποίηση στον κάθε άνθρωπο.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό της οικογένειας είναι ότι μπορεί να διαθέσει το χρόνο της όχι μόνο για κατανάλωση και εργασία αλλά και για την παραγωγή αγαθών μέσα στο νοικοκυριό. Παλαιότερα οι οικογένειες, και ιδιαίτερα οι αγροτικές, διέθεταν χρόνο για την παραγωγή αγαθών τα οποία είτε χρησιμοποιούσαν για προσωπική κατανάλωση ή τα πουλούσαν στην αγορά. Για παράδειγμα, έφτιαχναν (και τώρα ακόμα συμβαίνει σε ορισμένες αγροτικές περιοχές της Ελλάδας) παραδοσιακά ζυμαρικά (π.χ. χυλοπίτες, τραχανά κ.λπ.) και γαλακτοκομικά προϊόντα (π.χ. τυρί, γιαούρτι κ.λπ.). Όλες αυτές οι υπηρεσίες θεωρούνται οικιακή παραγωγή, αφού ένας καταναλωτής αν δεν τις έκανε ο ίδιος θα μπορούσε να τις αγοράσει στην αγορά. Επιπλέον, η οικιακή παραγωγή καλλιεργεί τη συνεργασία, τη δημιουργικότητα και την επικοινωνία μεταξύ των μελών της οικογένειας.

Ανακεφαλαιώνοντας, επειδή η οικογένεια συμπεριφέρεται ως καταναλωτής (αφού καταναλώνει μεγάλη ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών) αλλά και ως παραγωγός (αφού τα μέλη των νοικοκυριών απασχολούνται με τις οικιακές εργασίες) ο ρόλος της στη συνολική επίδοση της οικονομίας είναι πολύ σημαντικός.

2.3 Οικογενειακός προϋπολογισμός

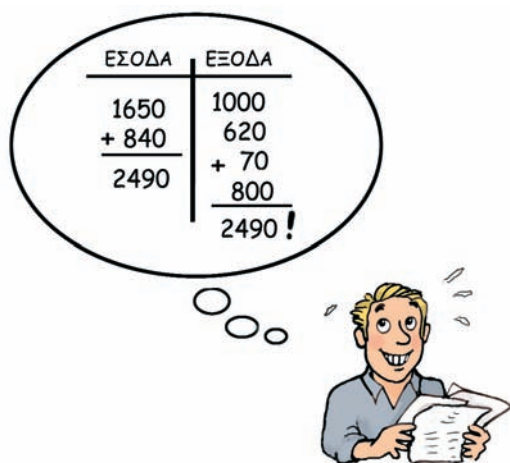
Στόχοι της υποενότητας αυτής είναι οι μαθητές:

- ➔ Να κατανοήσουν τον οικογενειακό προϋπολογισμό και την κατανομή του εισοδήματος μεταξύ κατανάλωσης και αποταμίευσης.
- ➔ Να συνειδητοποιήσουν ότι η κατανάλωση εξαρτάται από ποικίλους παράγοντες.
- ➔ Να αναγνωρίσουν τη σημασία του συστήματος πληρωμών και των διαφορετικών τρόπων πληρωμής.

Λέξεις – κλειδιά: προγραμματισμός, εισοδηματικές πηγές, κατανάλωση, αποταμίευση, χρήμα, πληρωμή

α. Οικογενειακός προϋπολογισμός και εισοδηματικές πηγές

Η οικογένεια, έχοντας ως βασικό καθήκον την ικανοποίηση των αναγκών των μελών της, καταρτίζει ένα πρόγραμμα εσόδων-εξόδων για μια συγκεκριμένη περίοδο (π.χ. εβδομάδα, μήνας κ.λπ.), το οποίο αποτελεί μια μορφή οικονομικού προγράμματος, δηλαδή **οικογενειακού προγραμματισμού**.



Ο **οικογενειακός προϋπολογισμός** είναι ένας πίνακας που περιλαμβάνει τα έσοδα, δηλαδή ένα συγκεκριμένο σύνολο οικονομικών πόρων, και τα έξοδα, δηλαδή τα ποσά που οφείλει ή πρόκειται να ξοδέψει η οικογένεια.

Ο **οικογενειακός προϋπολογισμός**, λοιπόν, είναι ένα σχέδιο οικονομικής δράσης που ένα μέρος του καταναλώνεται, ενώ το υπόλοιπο αποταμιεύεται.

Εικ. 2.7 Ο σωστός οικονομικός προγραμματισμός οδηγεί σε ευτυχισμένη οικογένεια!

Οι κύριες πηγές του εισοδήματος μιας οικογένειας, είναι οι παρακάτω:

- ✓ **Μισθός από εργασία.** Ο άνθρωπος προσφέρει τις υπηρεσίες του ως εργαζόμενος προκειμένου να παραχθούν τα οικονομικά αγαθά. Η αμοιβή για αυτή την προσφορά του αποτελεί το μισθό του.
- ✓ **Εισόδημα από άσκηση ελεύθερου επαγγέλματος,** για παράδειγμα γιατρός, δικηγόρος κ.λπ.
- ✓ **Εισόδημα από επιχειρηματική δραστηριότητα,** π.χ. από αρτοποιείο, κατάστημα υποδημάτων κ.λπ.
- ✓ **Αγροτικά εισοδήματα.** Όταν η εργασία των μελών της οικογένειας είναι αγροτική, το εισόδημα που προέρχεται από αυτή την προσφορά εργασίας ονομάζεται αγροτικό.
- ✓ **Εισοδήματα από περιουσιακά στοιχεία.** Εδώ περιλαμβάνονται τα έσοδα από την ενοικίαση της ακίνητης περιουσίας του νοικοκυριού (π.χ. διαμερίσματα, καταστήματα κ.λπ.).