

1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Γιατί πρέπει να μελετήσω την Οικονομική;

Για τρεις βασικούς λόγους:

1. Θα καταλάβω καλύτερα τον κόσμο. Θα βρω απαντήσεις σε ερωτήματα όπως:
 - Γιατί είναι δύσκολο να βρει κανείς διαμέρισμα στην Αθήνα;
 - Γιατί κάποιες εποχές είναι εύκολο να βρει κανείς εργασία και άλλες όχι;
 - Γιατί πολλές αφρικανικές χώρες είναι τόσο φτωχές; κ.λ.π.
2. Θα μπορώ να συμμετέχω πιο έξυπνα στην Οικονομία. Θα χρειαστεί να πάρω αποφάσεις όπως:
 - Πόσα χρόνια θα σπουδάσω;
 - Πως θα διαχειριστώ το εισόδημά μου; κ.λ.π.
3. Θα καταλάβω την οικονομική πολιτική.
 - Πως λειτουργούν οι φόροι;
 - Πως θα προστατευθεί το περιβάλλον; κ.λ.π.

Σπανιότητα και επιλογή

Ένα νοικοκυριό πρέπει να παίρνει αποφάσεις:

- | | | | | |
|---|--|------------------------|---------|--------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ποιος θα εργαστεί και που; • Ποιος θα μαγειρέψει; • Τι θα καταναλώσω; | <table border="0"> <tr> <td style="border-left: 1px solid black; padding-left: 5px;">Κατανομή σπάνιων πόρων</td> </tr> <tr> <td style="border-left: 1px solid black; padding-left: 5px;">με βάση</td> </tr> <tr> <td style="border-left: 1px solid black; padding-left: 5px;">ικανότητες και επιθυμίες</td> </tr> </table> | Κατανομή σπάνιων πόρων | με βάση | ικανότητες και επιθυμίες |
| Κατανομή σπάνιων πόρων | | | | |
| με βάση | | | | |
| ικανότητες και επιθυμίες | | | | |

Η κοινωνία επίσης πρέπει να παίρνει αποφάσεις. Π.χ.

- Ποιες δουλειές πρέπει να γίνουν;
- Από ποιους;
- Πως θα διανεμηθεί η παραγωγή;

Είναι σημαντική η διαχείριση των πλουτοπαραγωγικών πόρων επειδή είναι σπάνιοι.

Σπανιότητα: δεν μπορούμε να έχουμε όλα όσα θέλουμε

Οικονομική: Η μελέτη του τρόπου που η κοινωνία διαχειρίζεται τους σπάνιους πόρους της.

Διακρίσεις της Οικονομικής

1. Μικροοικονομική – Μακροοικονομική

Μικροοικονομική:	πώς τα νοικοκυριά και οι επιχειρήσεις παίρνουν τις αποφάσεις τους για συγκεκριμένα προϊόντα - μερική ανάλυση
Μακροοικονομική:	μελετά φαινόμενα που έχουν μεγάλο εύρος και καλύπτουν ολόκληρη την οικονομία - εξετάζει τις αλληλεπιδράσεις στην οικονομία

Παραδείγματα μικροοικονομικών θεμάτων: Τι επίπτωση έχουν οι Ολυμπιακοί αγώνες στις τιμές των ακινήτων στην Αθήνα; Πως επηρεάζουν οι σπουδές μας τις αποδοχές μας;

Παραδείγματα μακροοικονομικών θεμάτων: Πώς και γιατί μεταβάλλεται η ανεργία; Ο πληθωρισμός;

Η μικροοικονομική και η μακροοικονομική συνδέονται στενά. Δεν μπορούμε να καταλάβουμε τις μακρο-εξελίξεις αν δεν εξετάσουμε τις μικρο-εξελίξεις.

Π.χ. πώς επιδρά η αύξηση του ΦΠΑ στην συνολική παραγωγή; Πρέπει να εξετάσω τις επιπτώσεις στα νοικοκυριά, σε διαφορετικά προϊόντα κ.λ.π.

2. Θετική – Δεοντολογική Οικονομική

Συχνά ζητείται από τους οικονομολόγους να εξηγήσουν τα αίτια των οικονομικών φαινομένων. Π.χ. Γιατί η ανεργία των νέων είναι μεγαλύτερη από την ανεργία στις μεγαλύτερες ηλικίες;

Άλλοτε ζητούνται προτάσεις πολιτικής.

Όταν εξηγούμε τον κόσμο είμαστε επιστήμονες.

Όταν προσπαθούμε να βελτιώσουμε τον κόσμο είμαστε διαμορφωτές πολιτικής.

Θετική Οικονομική (what is): αντικειμενική ερμηνεία

Δεοντολογική Οικονομική (what should be): προτάσεις βασισμένες σε αξιολογικές κρίσεις.

Το οικονομικό σύστημα και ο ρόλος της αγοράς

Οικονομικό σύστημα: πλαίσιο κανόνων που διέπουν τις οικονομικές σχέσεις

- Παραδοσιακές οικονομίες (πριν τον 18ο αιώνα): ήθη, έθιμα, νόμοι – κληρονομική διαδοχή επαγγελμάτων.
- Κεντρικά ελεγχόμενες οικονομίες (1917-1989): στηρίχθηκαν στην παραδοχή ότι οι κυβερνήσεις καθοδηγούν καλύτερα την οικονομική δραστηριότητα («Υπαρκτός Σοσιαλισμός»)
- Οικονομίες της αγοράς ή μικτές οικονομίες (18ος αιώνας μέχρι σήμερα): συνεργασία κράτους – ιδιωτικού τομέα.

Adam Smith: τα άτομα όταν επιδιώκουν το ατομικό συμφέρον καθοδηγούνται από ένα «αόρατο χέρι» προωθώντας την ικανοποίηση των συμφερόντων του συνόλου. Προϋπόθεση είναι ο ελεύθερος ανταγωνισμός.

Κύρια προβλήματα οικονομικής οργάνωσης

- Τι και πόσο θα παραχθεί
- Πώς θα παραχθεί (τεχνολογία)
- Για ποιόν (διανομή εισοδήματος)
- Πώς θα αναπτυχθεί η οικονομία

Κυριότεροι οικονομικοί στόχοι

- Πλήρης απασχόληση (καταπολέμηση ανεργίας, υποαπασχόλησης)
- Οικονομική ανάπτυξη (αύξηση παραγωγικών συντελεστών)
- Σταθερότητα τιμών (καταπολέμηση του πληθωρισμού)
- Δικαιότερη διανομή εισοδήματος: ισότητα ευκαιριών
- Οικονομική ασφάλεια: επιδόματα στους οικονομικά ασθενέστερους κ.λ.π.
- Ισορροπία ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών (εξαγωγές – εισαγωγές)
- Επαρκής παραγωγή δημόσιων αγαθών
- Προστασία του περιβάλλοντος

Συμπληρωματικότητα ή αντίθεση στόχων

Ορισμένοι από τους παραπάνω στόχους είναι συμπληρωματικοί όπως π.χ. ο στόχος της οικονομικής ανάπτυξης και της πλήρους απασχόλησης. Άλλοι όμως συγκρούονται («ανταλλακτικές σχέσεις (trade-offs)» μεταξύ στόχων). Κλασικό παράδειγμα: όπλα ή βούτυρο.

Η πιο γνωστή ανταλλακτική σχέση είναι αυτή μεταξύ αποτελεσματικότητας (efficiency) και κοινωνικής δικαιοσύνης (equity).

Αποτελεσματικότητα: παίρνω όσο μπορώ περισσότερα από τους σπάνιους πόρους μου.

Κοινωνική δικαιοσύνη: τα οφέλη κατανέμονται δίκαια.

Σύγκρουση: όταν προσπαθώ να μοιράσω την πίτα σε ίσα κομμάτια η πίτα μικραίνει. Π.χ. οι υψηλοί φόροι στους πλούσιους (για λόγους κοινωνικής δικαιοσύνης) λειτουργούν ως αντικίνητρο για την σκληρή δουλειά.

Χαρακτηριστικά των σύγχρονων οικονομικών συστημάτων

- Ο θεσμός της ατομικής ιδιοκτησίας
- Το ατομικό συμφέρον (A. Smith – αόρατο χέρι)
- Το χρήμα (αντιπραγματισμός – εγχρήματα οικονομία)
- Ελευθερία επιλογής για καταναλωτές, εργαζόμενους, επιχειρήσεις. Οι αποφάσεις μεταβιβάζονται μέσω του μηχανισμού των τιμών
- Ο μηχανισμός των τιμών. Οι τιμές ανταποκρίνονται σε ελλείμματα – πλεονάσματα. Όταν υπάρχει έλλειμμα οι τιμές ανεβαίνουν και το αντίστροφο.
- Ο ελεύθερος ανταγωνισμός. Προϋπόθεση για την πρόληψη ακροτήτων από την επιδίωξη του ατομικού συμφέροντος είναι ο πλήρης ανταγωνισμός. Στην πράξη όμως οι περισσότερες αγορές χαρακτηρίζονται από ατελή ανταγωνισμό.

2. ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Οι Συντελεστές της Παραγωγής

Παραγωγική διαδικασία: οι τρόποι με τους οποίους ο άνθρωπος μετασχηματίζει την ύλη για να της δώσει μορφή χρήσιμη για τη ζωή του.

Παραγωγικοί συντελεστές: τα στοιχεία που συντελούν στην παραγωγική διαδικασία.

Οι συντελεστές παραγωγής είναι:

- η εργασία
- το έδαφος (γη, φυσικοί πόροι)
- το κεφάλαιο
- η επιχειρηματικότητα

Το Κόστος Ευκαιρίας

Ας πάρουμε για παράδειγμα την απόφασή μας να σπουδάσουμε. Το όφελος από τις σπουδές είναι οι καλύτερες ευκαιρίες για εργασία. Ποιο είναι το κόστος; Είναι τα δίδακτρα, τα βιβλία, η διαμονή, η διατροφή; Ναι, αλλά όχι μόνο. Κατ' αρχήν τα έξοδα διαμονής και διατροφής δεν συνδέονται με τις σπουδές. Επιπλέον θα πρέπει να συμπεριλάβω στο κόστος των σπουδών τον χρόνο που αφιερώνω σε αυτές, τον οποίο θα μπορούσα να εργάζομαι.

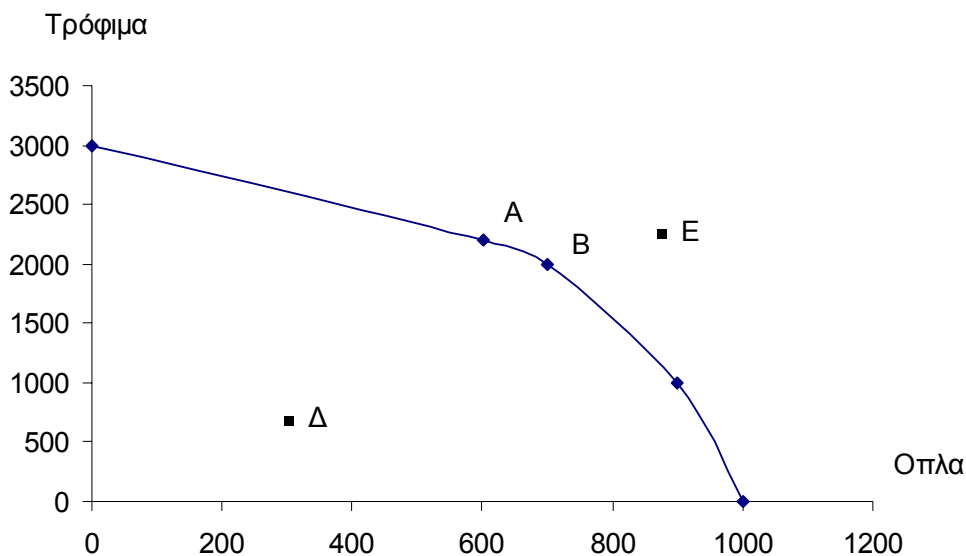
Το κόστος ευκαιρίας ενός πράγματος είναι όλα αυτά που θυσιάζουμε για να το αποκτήσουμε.

Το δεύτερο υπόδειγμα: τα Όρια Παραγωγικών Δυνατοτήτων

Ας φανταστούμε μια οικονομία που παράγει δύο αγαθά: τρόφιμα και όπλα, και χρησιμοποιεί όλους τους παραγωγικούς της συντελεστές σε αυτά.

Το όριο παραγωγικών δυνατοτήτων ή καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων ή καμπύλη μετασχηματισμού δείχνει όλους τους συνδυασμούς παραγωγής των δύο αγαθών με δεδομένα τις ποσότητες των συντελεστών παραγωγής και την τεχνολογία που χρησιμοποιείται.

Τρόφιμα	3000	2200	2000	1000	0
Όπλα	0	600	700	900	1000



Η οικονομία μπορεί να παράγει όλους τους συνδυασμούς επί ή εντός του ορίου, αλλά όχι εκτός αυτού.

Σημείο Α: αποτελεσματικό (efficient) επίπεδο παραγωγής: η οικονομία αποκτά το μέγιστο από τους διαθέσιμους πόρους.

Σημείο Δ: αναποτελεσματικό (inefficient) επίπεδο παραγωγής (π.χ. ανεργία)

Σημείο Ε: ανέφικτος συνδυασμός.

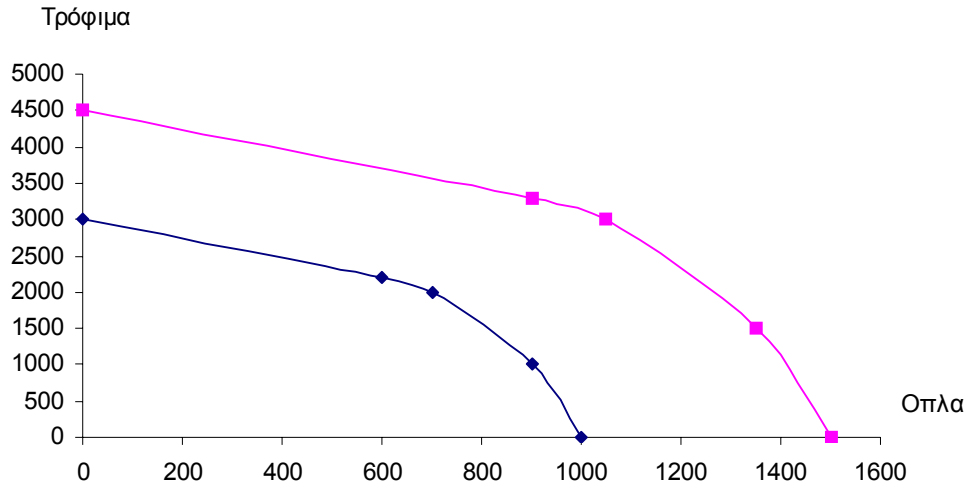
Η καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων δείχνει μία από τις αντίστροφες σχέσεις που αντιμετωπίζουμε στην οικονομία. Αν από τον συνδυασμό Α πάμε στον Β, παράγουμε επιπλέον 100 μονάδες όπλων με τίμημα 200 μονάδες τροφίμων.

Η καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων είναι κοίλη ως προς την αρχή των αξόνων λόγω της διαφορετικής εξειδίκευσης των παραγωγικών συντελεστών.

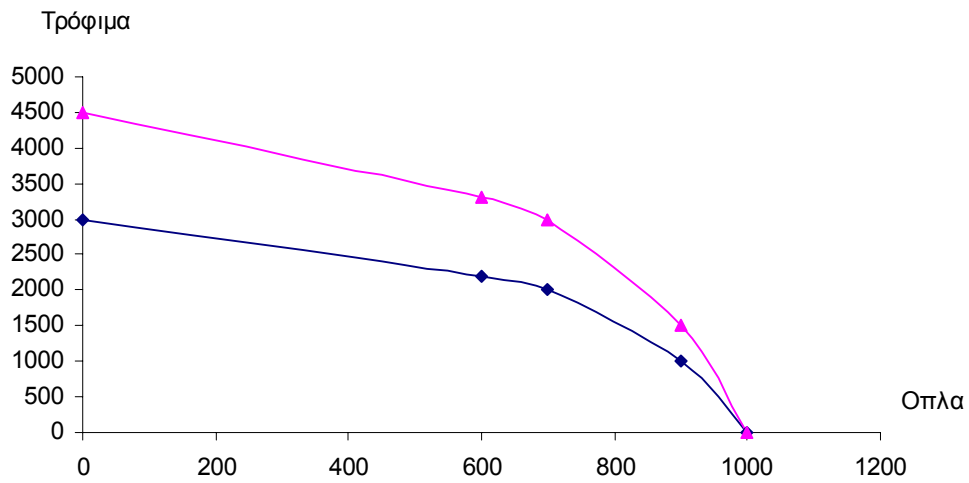
Η κλίση της καμπύλης παραγωγικών δυνατοτήτων είναι το κόστος ευκαιρίας και υπολογίζεται ως

$$\text{Κόστος Ευκαιρίας} = \frac{\text{μονάδες που θυσιάζονται}}{\text{επιπλέον μονάδες που παράγονται}}$$

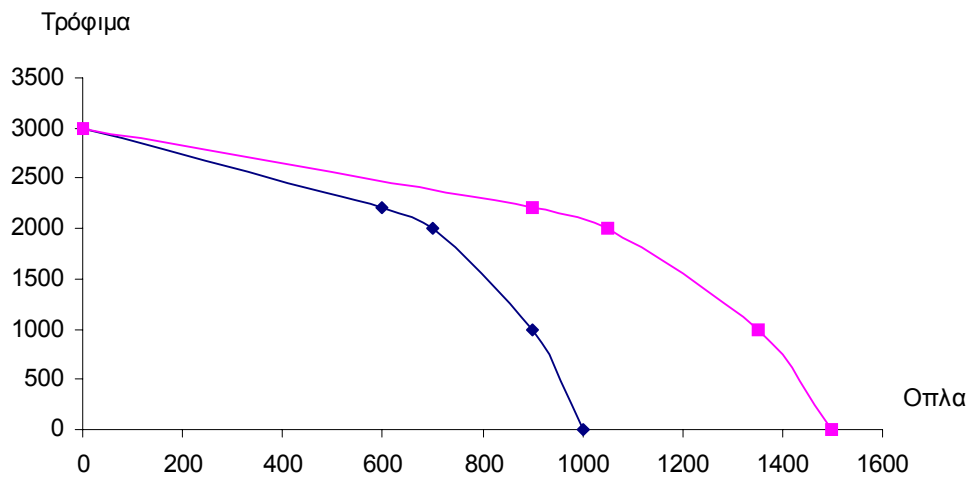
Η καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων μπορεί να μεταβληθεί με τον χρόνο, όταν αυξάνονται οι ποσότητες των παραγωγικών συντελεστών ή/και βελτιώνεται η τεχνολογία (αλλά όχι απαραίτητα συμμετρικά, όπως δείχνουν τα παρακάτω διαγράμματα).



Ουδέτερη τεχνολογική πρόοδος



Τεχνολογική πρόοδος ευνοϊκή προς τα τρόφιμα



Τεχνολογική πρόοδος ευνοϊκή προς τα όπλα

3. ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η **αγορά** είναι το θεσμικό πλαίσιο μέσω του οποίου οι αγοραστές και πωλητές ανταλλάσσουν αγαθά και υπηρεσίες. Οι αγοραστές ως ομάδα καθορίζουν την ζήτηση και οι πωλητές ως ομάδα καθορίζουν την προσφορά.

Κάποιες αγορές είναι πολύ οργανωμένες (π.χ. χρηματιστήριο, αγροτικά προϊόντα) ενώ κάποιες άλλες είναι λιγότερο οργανωμένες (π.χ. βιβλία, τρόφιμα κ.λ.π.). Μια αγορά όπου υπάρχουν πολλοί αγοραστές και πωλητές, ώστε η επίδραση του καθενός στην αγορά να είναι αμελητέα, και όπου τα αγαθά που προσφέρονται είναι όλα όμοια, ονομάζεται πλήρως ανταγωνιστική. Η ανάλυση ζήτησης και προσφοράς που ακολουθεί αναφέρεται σε πλήρως ανταγωνιστικές αγορές, πολλά όμως από τα συμπεράσματα ισχύουν και για πιο περίπλοκες μορφές αγοράς.

Η ζήτηση

Για τα περισσότερα αγαθά όταν αυξάνεται η τιμή μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα και αντιστρόφως. Η αρνητική αυτή σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας είναι τόσο γενική που οι οικονομολόγοι την ονομάζουν νόμο της ζήτησης. Ισχύει βέβαια υπό την προϋπόθεση ότι οι λοιποί παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι.

Ποιοι άλλοι παράγοντες επηρεάζουν την ζήτηση;

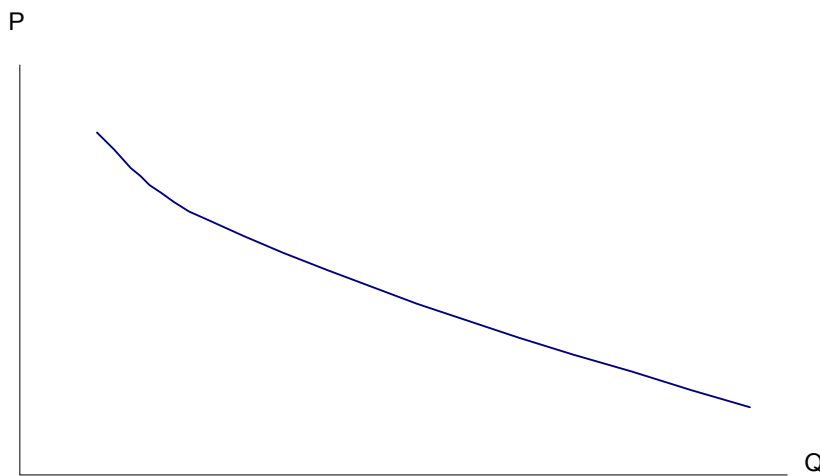
- Το εισόδημα (κανονικά – κατώτερα αγαθά)
- Οι τιμές των άλλων αγαθών (υποκατάστατα – συμπληρωματικά αγαθά)
- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών
- Οι προσδοκίες των καταναλωτών
- Ο αριθμός των αγοραστών
- Άλλοι παράγοντες (καιρικές συνθήκες, κυβερνητική πολιτική κ.ά.)

Ας υποθέσουμε προς στιγμήν ότι όλες οι άλλες μεταβλητές εκτός της τιμής παραμένουν αμετάβλητες (*ceteris paribus*). Ο παρακάτω πίνακας δίνει υποθετικά στοιχεία για την ζήτηση ενός νοικοκυριού για κρέας κάθε μήνα:

P (€)	Qd (κιλά)
4,5	1
4	2
3,5	4
3	6,5
2,5	9,5

Πίνακας ζήτησης (demand schedule)

Η **καμπύλη ζήτησης** ενός αγαθού δείχνει την ζητούμενη ποσότητα που ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να αγοράσει σε κάθε τιμή. Η καμπύλη ζήτησης έχει **αρνητική κλίση**. Η απεικόνιση της παραπάνω καμπύλης ζήτησης είναι:



Ο νόμος της ζήτησης ισχύει για 2 λόγους:

- α) Επίδραση ή αποτέλεσμα υποκατάστασης και
- β) Επίδραση ή αποτέλεσμα εισοδήματος

Ατομική και συνολική ζήτηση

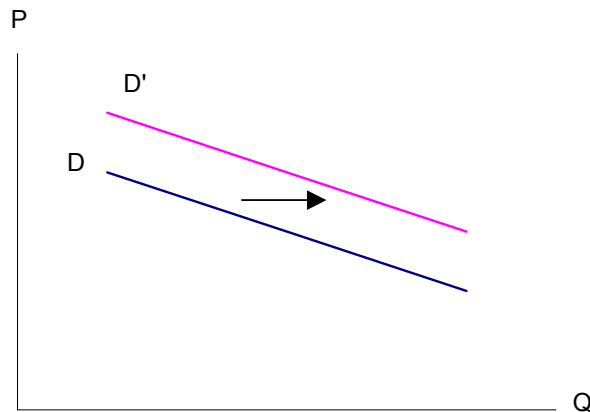
Η συνολική ή αγοραία ζήτηση για ένα αγαθό προκύπτει ως το οριζόντιο άθροισμα όλων των ατομικών καμπυλών ζήτησης για αυτό το αγαθό. Έστω μια αγορά με 3 μόνο καταναλωτές Α, Β, και Γ:

P	Q _A	Q _B	Q _Γ	Q _D (συνολική ζήτηση)
20	100	50	200	350
15	120	90	210	420
10	130	120	215	465

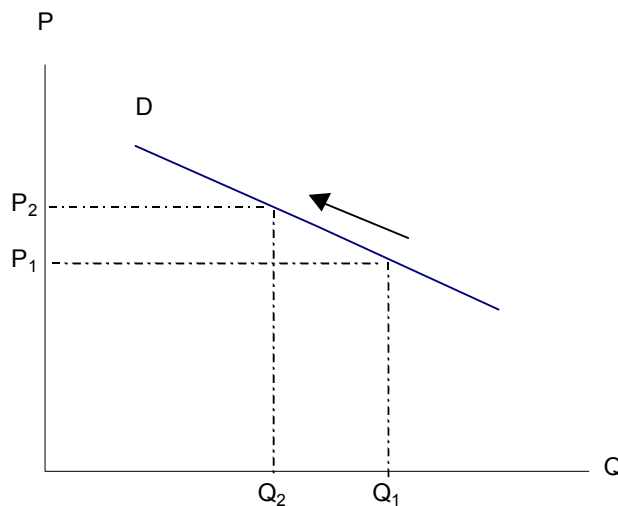
Μεταβολή στη ζήτηση και μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα

Ας υποθέσουμε ότι αποδεικνύεται επιστημονικά ότι «Ένα μήλο την ημέρα το γιατρό τον κάνει πέρα». Πώς επηρεάζει η ανακοίνωση αυτή την αγορά μήλων; Μεταβάλλει τις προτιμήσεις και αυξάνει τη ζήτηση. Σε κάθε τιμή οι αγοραστές ζητούν μεγαλύτερες ποσότητες και η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται δεξιά.

P	Q _D	Q' _D
50	100	150
30	150	200
10	200	250



Αν όμως μεταβληθεί η τιμή, η καμπύλη ζήτησης δεν μετατοπίζεται αλλά έχουμε μετακίνηση από ένα σημείο σε ένα άλλο. Π.χ. για αύξηση της τιμής:



Εφαρμογή: μέτρα για την μείωση του καπνίσματος στον πληθυσμό

Συνήθως τα μέτρα για την μείωση του καπνίσματος στον πληθυσμό είναι δύο κατηγοριών:

1. Ανακοινώσεις δημοσίων ιδρυμάτων, υποχρεωτική αναγραφή ότι το κάπνισμα βλάπτει την υγεία, απαγόρευση της διαφήμισης, και
2. Επιβολή φόρων.

Τα μέτρα της πρώτης κατηγορίας μετατοπίζουν την καμπύλη ζήτησης (μείωση ζήτησης) ενώ τα μέτρα της δεύτερης κατηγορίας αυξάνουν την τιμή προκαλώντας μείωση της ζητούμενης ποσότητας

Η προσφορά

Περνάμε τώρα στην άλλη πλευρά της αγοράς. Όταν η τιμή ενός αγαθού είναι υψηλή, η πώλησή του είναι επικερδής, άρα η προσφερόμενη ποσότητα είναι μεγάλη, και το αντίστροφο. Η θετική αυτή σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας ονομάζεται νόμος της προσφοράς. Ισχύει βέβαια υπό την προϋπόθεση ότι οι λοιποί παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι.

Ποιοι άλλοι παράγοντες επηρεάζουν την προσφορά;

- Η τεχνολογία και η παραγωγικότητα
- Οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών
- Οι τιμές των άλλων αγαθών (ανταγωνιστικά ή συμπληρωματικά αγαθά από την πλευρά της προσφοράς)
- Τυχαίοι, φυσικοί ή άλλοι παράγοντες (καιρικές συνθήκες, απεργίες κ.λ.π.)
- Οι προσδοκίες των παραγωγών ως προς την τιμή
- Οι φόροι και επιδοτήσεις
- Ο αριθμός των επιχειρήσεων

Ατομική και συνολική προσφορά

Η συνολική ή αγοραία προσφορά για ένα αγαθό προκύπτει ως το οριζόντιο άθροισμα όλων των ατομικών καμπυλών προσφοράς για αυτό το αγαθό.

Μεταβολή στην προσφορά και μεταβολή στη προσφερόμενη ποσότητα

Κατ' αναλογία με την ζήτηση οι μεταβολές της τιμής οδηγούν σε μεταβολές της προσφερόμενης ποσότητας, ενώ οι μεταβολές των άλλων προσδιοριστικών παραγόντων οδηγούν σε μεταβολές της προσφοράς.

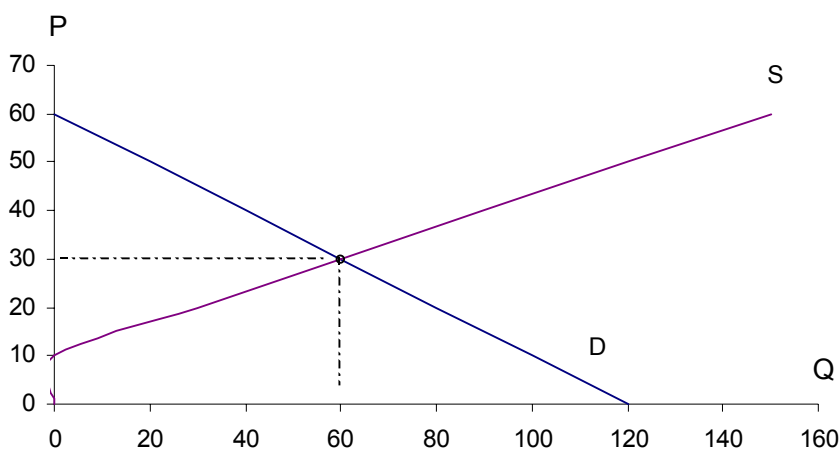
Ο συνδυασμός ζήτησης και προσφοράς

Ισορροπία της αγοράς: το σημείο τομής των καμπυλών ζήτησης και προσφοράς. Η τιμή στο σημείο αυτό ονομάζεται τιμή ισορροπίας και η ποσότητα ονομάζεται ποσότητα ισορροπίας. Η τιμή ισορροπίας ονομάζεται επίσης και τιμή εκκαθάρισης της αγοράς.

Ισορροπία είναι η κατάσταση όπου οι δυνάμεις της προσφοράς και ζήτησης εξισορροπούν μεταξύ τους. Στην τιμή ισορροπίας η ποσότητα που οι αγοραστές είναι πρόθυμοι να αγοράσουν είναι ακριβώς ίση με την ποσότητα που οι πωλητές είναι πρόθυμοι και ικανοί να πουλήσουν.

Αν η τιμή είναι μεγαλύτερη από την τιμή ισορροπίας τότε υπάρχει υπερβάλλουσα προσφορά, ενώ αν η τιμή είναι μικρότερη από την τιμή ισορροπίας τότε υπάρχει υπερβάλλουσα ζήτηση. Σε τέτοιες περιπτώσεις (δηλ. όταν η αγορά δεν βρίσκεται σε ισορροπία) η ποσότητα που ανταλλάσσεται είναι η μικρότερη από τις δύο (προσφερόμενη και ζητούμενη ποσότητα) και υπάρχει τάση προσαρμογής της τιμής προς το επίπεδο ισορροπίας.

P	Q _D	Q _S	
0	120	0	Υπερβάλλουσα ζήτηση
10	100	0	Υπερβάλλουσα ζήτηση
20	80	30	Υπερβάλλουσα ζήτηση
30	60	60	Ισορροπία
40	40	90	Υπερβάλλουσα προσφορά
50	20	120	Υπερβάλλουσα προσφορά
60	0	150	Υπερβάλλουσα προσφορά

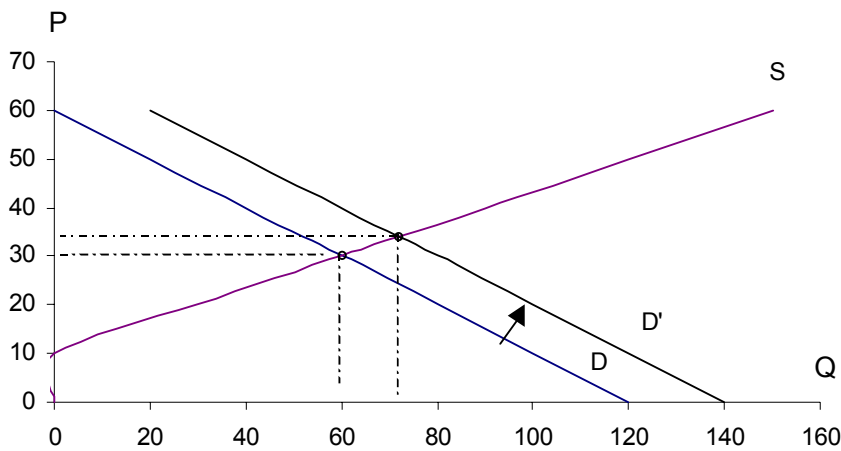


Μεταβολές της προσφοράς και ζήτησης

Όταν κάποιο γεγονός μετατοπίσει κάποια από τις καμπύλες προσφοράς και ζήτησης η ισορροπία μεταβάλλεται. Η ανάλυση τέτοιων μεταβολών ονομάζεται συγκριτική στατική (comparative statics): συγκρίνουμε δύο διαφορετικές θέσεις ισορροπίας.

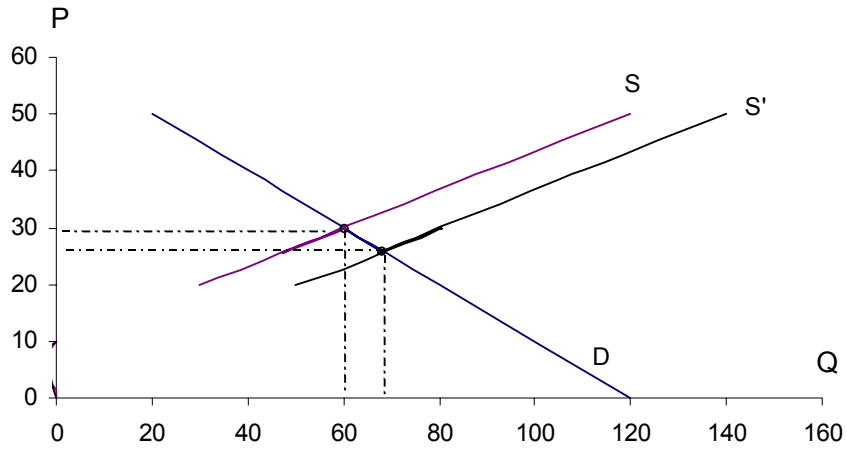
Παράδειγμα: Μεταβολή της ζήτησης

Έστω ότι ο καιρός είναι πολύ ζεστός. Πώς επηρεάζει αυτό την αγορά παγωτού; Η καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται προς τα δεξιά. Η αύξηση αυτή της ζήτησης αυξάνει την τιμή και την ποσότητα ισορροπίας.



Όσον αφορά στην προσφορά, η μεταβολή του καιρού οδηγεί τις επιχειρήσεις στο να πωλούν μεγαλύτερη ποσότητα παρόλο που η προσφορά δεν μεταβλήθηκε. Έχουμε μεταβολή στην προσφερόμενη ποσότητα.

Με ανάλογο τρόπο λειτουργούν οι μεταβολές της προσφοράς. Μια αύξηση της προσφοράς οδηγεί σε μείωση της τιμής και αύξηση της ποσότητας ισορροπίας και το αντίστροφο



4. ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Ο βαθμός ανταπόκρισης της ζητούμενης ή της προσφερόμενης ποσότητας στις μεταβολές της τιμής ονομάζεται ελαστικότητα (ζήτησης ή προσφοράς αντίστοιχα) ως προς την τιμή.

Ελαστικότητα ζήτησης

$$\epsilon_D = \frac{\text{ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας}}{\text{ποσοστιαία μεταβολή της τιμής}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

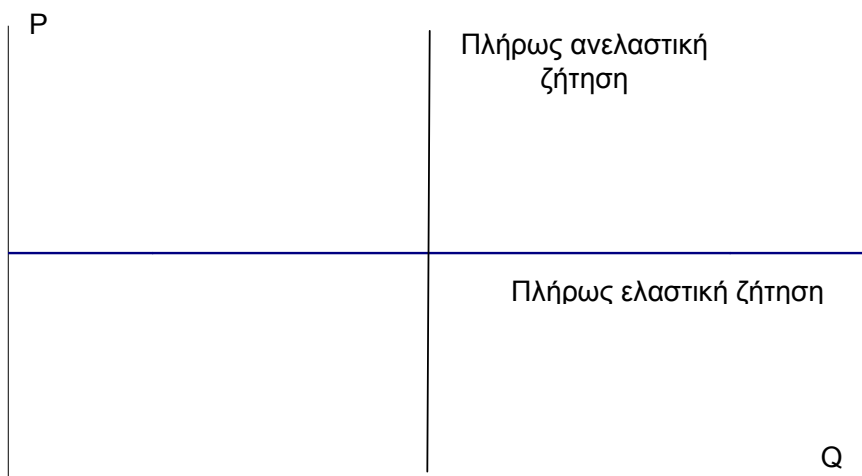
- Αν μια αύξηση της τιμής κατά 10% οδηγήσει σε μείωση της ζητούμενης ποσότητας κατά 20% τότε η ελαστικότητα ζήτησης ισούται με -2.
- Αν μια αύξηση της τιμής κατά 10% οδηγήσει σε μείωση της ζητούμενης ποσότητας κατά 5% τότε η ελαστικότητα ζήτησης ισούται με -0,5.

Η ϵ_D θεωρείται υψηλή όταν ισούται με μεγάλο αρνητικό αριθμό.

Αν $|\epsilon_D| > 1$ τότε η ζήτηση λέγεται ελαστική.

Η ϵ_D θεωρείται χαμηλή όταν ισούται με μικρό αρνητικό αριθμό.

Αν $|\epsilon_D| < 1$ τότε η ζήτηση λέγεται ανελαστική.



Τοξοειδής ελαστικότητα

Το μέγεθος της ελαστικότητας διαφέρει ανάλογα με το σημείο που λαμβάνεται ως αρχικό. Για να ξεπεραστεί το πρόβλημα αυτό, όταν θέλουμε να εκτιμήσουμε αν η ζήτηση είναι ελαστική ή ανελαστική μεταξύ δύο σημείων χρησιμοποιούμε μέσους όρους:

$$\text{Τοξοειδής } \epsilon_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2}$$

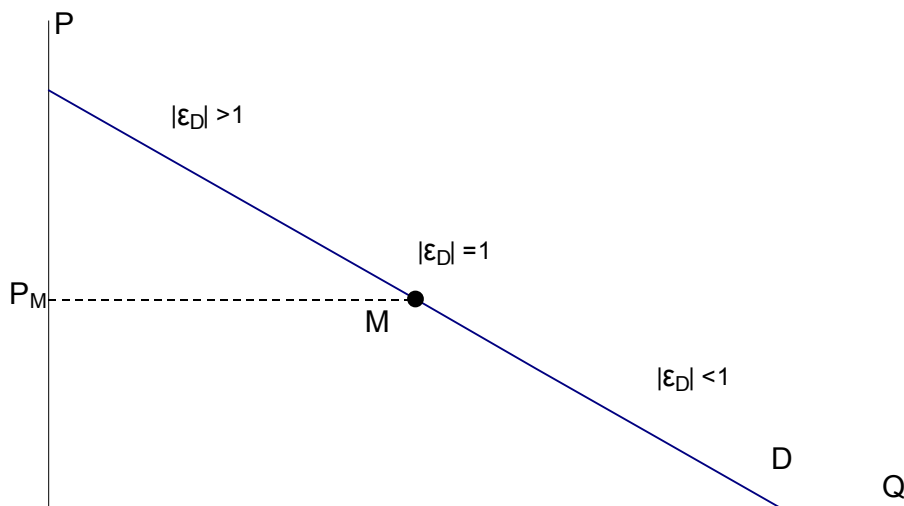
Ελαστικότητα σημείου

Αναφέρεται σε απειροελάχιστη μεταβολή της τιμής

$$\epsilon = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q}$$

Ελαστικότητα ζήτησης και κλίση της καμπύλης ζήτησης

Η κλίση της καμπύλης ζήτησης επηρεάζει την ελαστικότητα αλλά δεν ταυτίζεται με αυτήν. Π.χ. όταν η ζήτηση αντιστοιχεί σε ευθεία γραμμή με αρνητική κλίση, ενώ κατά μήκος της γραμμής η κλίση είναι σταθερή, η ελαστικότητα μεταβάλλεται όπως δείχνει το σχήμα.



Στο μέσο M της καμπύλης $|\epsilon_D| = 1$, ενώ για τιμές μεγαλύτερες του P_M , $|\epsilon_D| > 1$ και για τιμές μικρότερες του P_M , $|\epsilon_D| < 1$.

Ελαστικότητα ζήτησης και συνολικά έσοδα

Όταν εξετάζουμε μεταβολές στην προσφορά ή τη ζήτηση, μια μεταβλητή που θέλουμε συχνά να λάβουμε υπόψη μας είναι τα συνολικά έσοδα (ή συνολική δαπάνη), δηλ. τα ποσά που πληρώνουν οι αγοραστές και εισπράττουν οι πωλητές για ένα αγαθό. Τα συνολικά έσοδα είναι $TR = P \cdot Q$. Πώς μεταβάλλονται τα συνολικά έσοδα όταν μεταβάλλεται η τιμή; Η απάντηση είναι ότι αυτό εξαρτάται από την ελαστικότητα ως εξής:

- Όταν $| \epsilon_D | > 1$, οι μεταβολές των συνολικών εσόδων είναι σε αντίθετη κατεύθυνση από τις μεταβολές της τιμής
- Όταν $| \epsilon_D | < 1$, οι μεταβολές των συνολικών εσόδων είναι προς την ίδια κατεύθυνση με τις μεταβολές της τιμής
- Όταν $| \epsilon_D | = 1$, τα συνολικά έσοδα παραμένουν αμετάβλητα.

Σταυροειδής ελαστικότητα ζήτησης

$$\epsilon_{AB} = \frac{\text{ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας του A}}{\text{ποσοστιαία μεταβολή της τιμής του B}} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta P_B} \cdot \frac{P_B}{Q_A}$$

Για υποκατάστατα αγαθά $\epsilon_{AB} > 0$

Για συμπληρωματικά αγαθά $\epsilon_{AB} < 0$

Για ανεξάρτητα αγαθά $\epsilon_{AB} = 0$

Επίδραση του εισοδήματος στη ζήτηση

Εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης:

$$\epsilon_M = \frac{\text{ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας του A}}{\text{ποσοστιαία μεταβολή του εισοδήματος}} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta M} \cdot \frac{M}{Q_A}$$

Κανονικά αγαθά: $\epsilon_M > 0$

Κατώτερα αγαθά: $\epsilon_M < 0$

Πολυτελή αγαθά: $\epsilon_M > 1$

Αγαθά πρώτης ανάγκης: $0 < \epsilon_M < 1$

Ελαστικότητα προσφοράς

$$\epsilon_S = \frac{\text{ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας}}{\text{ποσοστιαία μεταβολή της τιμής}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad (\epsilon_S > 0)$$

5. ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

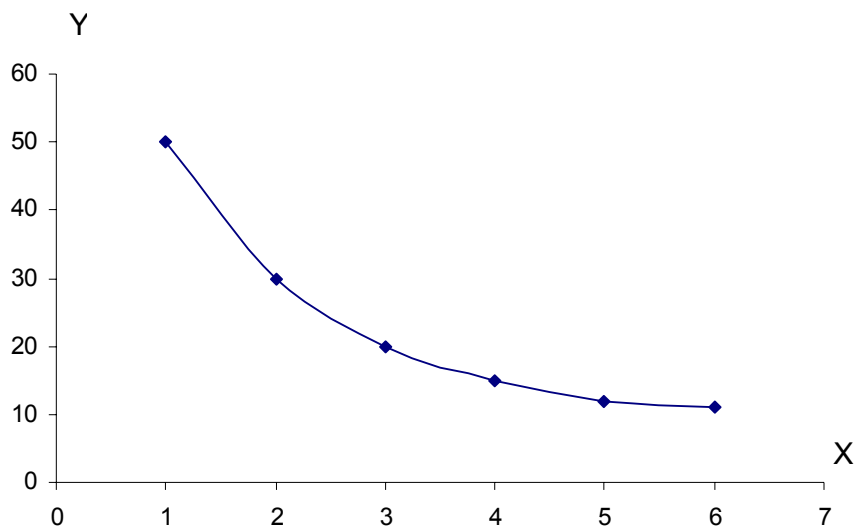
Στην ενότητα αυτή δίνεται μια πιο λεπτομερής εξήγηση του σχήματος της καμπύλης ζήτησης. Για την ανάλυση αυτή απαιτείται η εξέταση της συμπεριφοράς των ορθολογικών καταναλωτών.

Ορθολογικός καταναλωτής: ένα άτομο που εκτιμά το κόστος και το όφελος αυτόν από κάθε επιπρόσθετη μονάδα ενός αγαθού που αγοράζει.

Καμπύλες αδιαφορίας

Μια καμπύλη αδιαφορίας δείχνει όλους τους συνδυασμούς δύο αγαθών που είναι ισοδύναμοι για τον καταναλωτή ως προς το επίπεδο ικανοποίησης που του παρέχουν.

Σημείο	Ποσότητα που καταναλώνεται		MRS
	από το αγαθό X	από το αγαθό Y	
A	1	50	
B	2	30	-20
Γ	3	20	-10
Δ	4	15	-5
E	5	12	-3
Z	6	11	-1

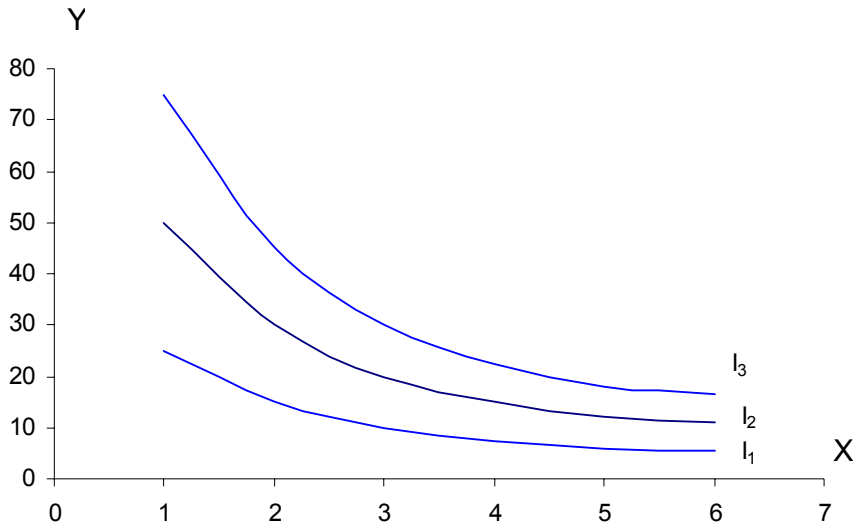


Η κλίση της καμπύλης αδιαφορίας ισούται με $\Delta Y/\Delta X$. Ένας άλλος όρος για αυτήν είναι ο όρος *Οριακός Λόγος Υποκατάστασης* του Y από το X. Δείχνει την ποσότητα του Y που ο

καταναλωτής είναι διατεθειμένος να θυσιάσει προκειμένου να αποκτήσει μια πρόσθετη μονάδα του X.

Χάρτης καμπυλών αδιαφορίας

Δείχνει ένα ολόκληρο σύνολο καμπυλών αδιαφορίας. Όσο δεξιότερα βρίσκεται μια καμπύλη τόσο μεγαλύτερο είναι το επίπεδο ικανοποίησης που αντιπροσωπεύει.



Ιδιότητες των καμπυλών αδιαφορίας

1. Οι καμπύλες αδιαφορίας έχουν αρνητική κλίση

$$MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y}$$

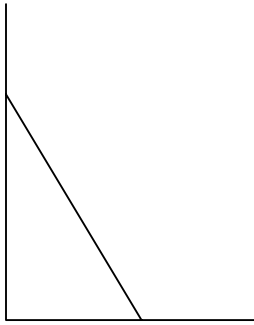
π.χ. η μετάβαση από το σημείο Γ στο σημείο Δ μας αφήνει αδιάφορους. Αυτό σημαίνει ότι η χρησιμότητα που θυσιάζεται με την μείωση του Y κατά 5 μονάδες είναι ίση με την αύξηση της χρησιμότητας από μια επιπλέον μονάδα του X. Με άλλα λόγια $MU_X / MU_Y = -5$.

2. Οι καμπύλες αδιαφορίας είναι κυρτές ως προς την αρχή των αξόνων.

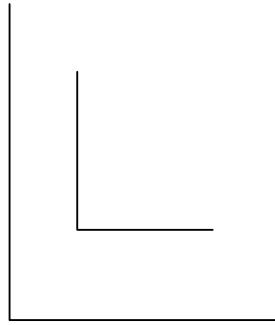
Η κλίση τους (δηλ. ο MRS) μειώνεται όσο προχωρούμε από πάνω προς τα κάτω. Αυτό σχετίζεται με το νόμο της φθίνουσας οριακής χρησιμότητας. Όσο αυξάνεται η ποσότητα του X και μειώνεται η ποσότητα του Y η οριακή χρησιμότητα του X μειώνεται ενώ η οριακή χρησιμότητα του Y αυξάνεται.

3. Οι καμπύλες αδιαφορίας δεν τέμνονται

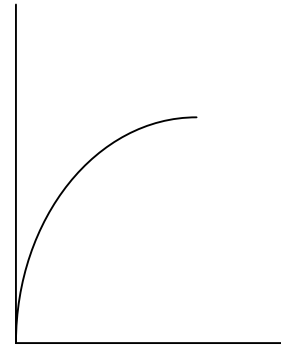
Ασυνήθιστες καμπύλες αδιαφορίας



Τέλεια υποκατάστατα



Τελείως συμπληρωματικά (π.χ. αριστερά και δεξιά παπούτσια)



Το Y είναι «ενόχληση» (π.χ. σκουπίδια)

Γραμμή εισοδήματος

Δείχνει τους συνδυασμούς δύο αγαθών που είναι εφικτό να αγοραστούν με δεδομένες τις τιμές και το εισόδημα.

Αν $P_X = 100$, $P_Y = 50$, $I = 500$, ο παρακάτω πίνακας δείχνει τους συνδυασμούς που είναι εφικτό να αγοραστούν.

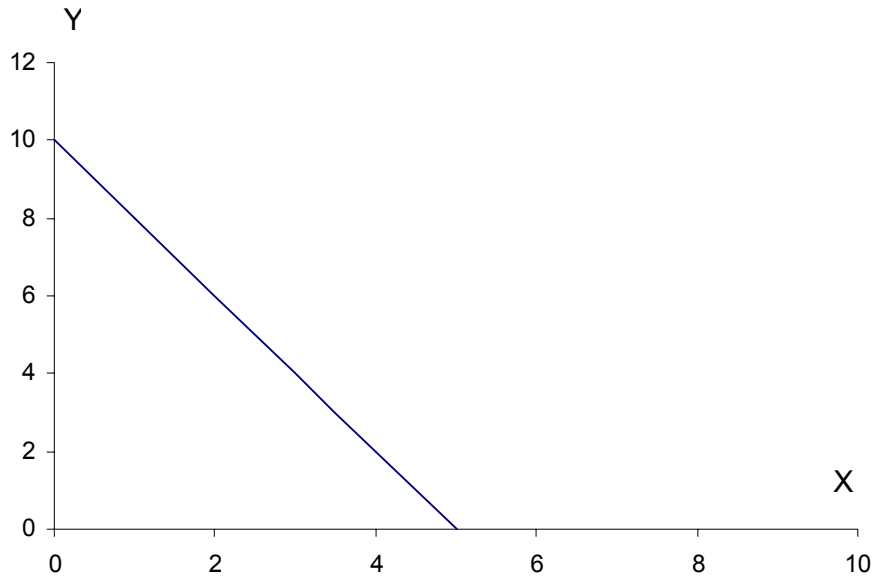
Δυνατότητες	Ποσότητα αγαθού X	Ποσότητα αγαθού Y	Εισόδημα
A	0	10	500
B	1	8	500
Γ	2	6	500
Δ	3	4	500
E	4	2	500

Η γραμμή εισοδήματος δίνεται από την σχέση:

$$M = P_X X + P_Y Y \quad \text{ή αν λύσουμε ως προς Y}$$

$$Y = \frac{M}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} X$$

Η κλίση της γραμμής εισοδήματος δίνεται από τον λόγο $- P_X/P_Y$



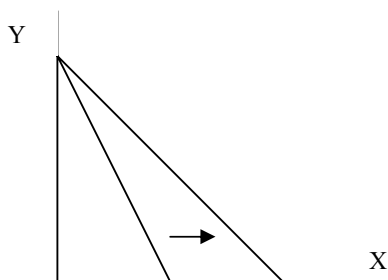
Μεταβολές του εισοδήματος

Αν μεταβληθεί το εισόδημα η εισοδηματική γραμμή μετατοπίζεται παράλληλα (δεξιά για αύξηση και αριστερά για μείωση του εισοδήματος)

Μεταβολές στις τιμές

Αν μεταβληθεί η τιμή του ενός αγαθού η γραμμή εισοδήματος «στρίβει» γύρω από το σημείο τομής με τον άξονα του αγαθού του οποίου η τιμή δεν μεταβλήθηκε.

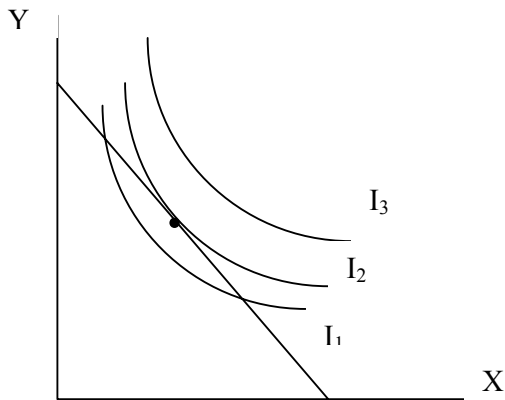
Π.χ. μείωση της τιμής του X.



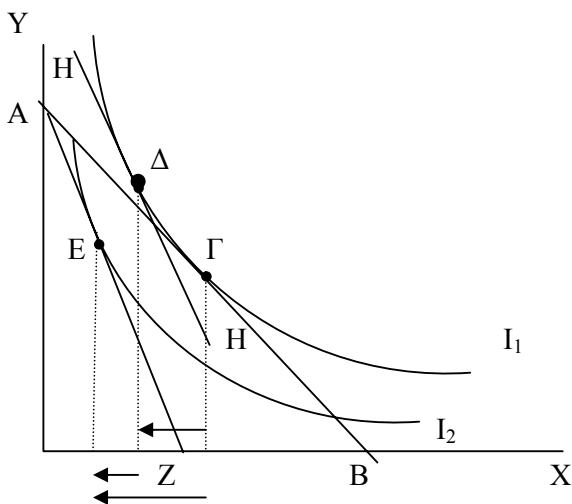
Η ισορροπία του καταναλωτή

Ο καταναλωτής επιδιώκει την μεγαλύτερη δυνατή ικανοποίηση με το δεδομένο εισόδημα που διαθέτει. Η ισορροπία επιτυγχάνεται στο σημείο όπου η γραμμή εισοδήματος εφάπτεται με την υψηλότερη καμπύλη αδιαφορίας. Στο σημείο αυτό οι κλίσεις των δύο καμπυλών ταυτίζονται, άρα:

$$\frac{P_X}{P_Y} = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y} \quad \text{ή} \quad \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y}$$



Η επίδραση μιας μεταβολής στην τιμή: επίδραση εισοδήματος και υποκατάστασης



Έστω αύξηση της P_X

$\Gamma \rightarrow \text{E}$: συνολική προσαρμογή

$\Gamma \rightarrow \Delta$: αποτέλεσμα υποκατάστασης

$\Delta \rightarrow \text{E}$: αποτέλεσμα εισοδήματος

Αποτέλεσμα υποκατάστασης: αναφέρεται στην προσαρμογή της ζήτησης στην μεταβολή των σχετικών τιμών.

Αποτέλεσμα εισοδήματος: αναφέρεται στην προσαρμογή της ζήτησης στην μεταβολή του πραγματικού εισοδήματος.

Η γραμμή ΗΗ είναι παράλληλη της ΑΖ και εφαπτόμενη της αρχικής καμπύλης αδιαφορίας I_1 . Δείχνει τις νέες τιμές στο αρχικό επίπεδο χρησιμότητας.

Το αποτέλεσμα υποκατάστασης είναι πάντα αντίστροφο της μεταβολής της τιμής, ενώ το αποτέλεσμα εισοδήματος εξαρτάται από το είδος του αγαθού. Αν το αγαθό είναι κανονικό το αποτέλεσμα εισοδήματος είναι και αυτό αντίστροφο της μεταβολής της τιμής, ενώ αν το αγαθό είναι κατώτερο το αποτέλεσμα εισοδήματος είναι προς την ίδια κατεύθυνση με τη μεταβολή της τιμής.

6. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στις ενότητες 8 και 9 εξετάζουμε τα κόστη και οφέλη για μια επιχείρηση από την παραγωγή διαφόρων ποσοτήτων αγαθών και τη χρήση εναλλακτικών μεθόδων παραγωγής. Τα ερωτήματα που αναλύονται είναι:

- Τι ποσότητες θα παραχθούν;
- Ποιος συνδυασμός παραγωγικών συντελεστών θα χρησιμοποιηθεί;
- Πόσα θα είναι τα κέρδη;

Η μεγιστοποίηση των κερδών

Οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν κέρδη όταν τα συνολικά έσοδά τους ξεπερνούν το συνολικό κόστος παραγωγής:

$$\Pi = TR - TC$$

Θα εξετάσουμε πρώτα την πλευρά του κόστους. Το κόστος παραγωγής μιας οποιασδήποτε ποσότητας ενός προϊόντος εξαρτάται από τις ποσότητες των συντελεστών που χρησιμοποιούνται και τις τιμές τους.

Η συνάρτηση παραγωγής

Η σχέση μεταξύ της παραγόμενης ποσότητας (εκροή) και των χρησιμοποιούμενων συντελεστών (εισροές) ονομάζεται συνάρτηση παραγωγής. Αυτή μπορεί να εκφραστεί αλγεβρικά ως εξής:

$$TP \text{ (ή } Q) = f(X_1, X_2, \dots, X_N)$$

Το απλούστερο υπόδειγμα συνάρτησης παραγωγής υποθέτει την ύπαρξη δύο μόνο εισροών π.χ. κεφαλαίου (K) και εργασίας (L)

$$TP = f(K, L)$$

Συνοπτικά:

- Οι επιχειρήσεις θέλουν να γνωρίζουν τι ποσότητα πρέπει να παράγουν ώστε να μεγιστοποιούν τα κέρδη τους
- Τα κέρδη εξαρτώνται από τα συνολικά έσοδα και το συνολικό κόστος
- Το κόστος εξαρτάται από τις ποσότητες των χρησιμοποιούμενων συντελεστών
- Οι ποσότητες των χρησιμοποιούμενων συντελεστών εξαρτώνται από την ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος
- Η σχέση μεταξύ εισροών – εκροής παρουσιάζεται από την συνάρτηση παραγωγής

Βραχυχρόνια και μακροχρόνια περίοδος

Σταθεροί συντελεστές: αυτοί που η ποσότητά τους δεν μπορεί να μεταβληθεί μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα

Μεταβλητοί συντελεστές: αυτοί που η ποσότητά τους μπορεί να μεταβληθεί ακόμη και σε σύντομο χρονικό διάστημα

Βραχυχρόνια περίοδος: το διάστημα κατά το οποίο ορισμένοι συντελεστές είναι σταθεροί

Μακροχρόνια περίοδος: ένα χρονικό διάστημα αρκετά μεγάλο ώστε όλοι οι συντελεστές να μπορούν να μεταβληθούν.

Η πραγματική διάρκεια της βραχυχρόνιας περιόδου ποικίλλει ανάλογα με την παραγωγική δραστηριότητα.

Η έννοια της αποτελεσματικότητας

Τεχνική αποτελεσματικότητα: όταν δεν γίνεται σπατάλη παραγωγικών συντελεστών

Οικονομική αποτελεσματικότητα: τεχνική αποτελεσματικότητα + ελάχιστο δυνατό χρηματικό κόστος

Η βραχυχρόνια συνάρτηση παραγωγής

$$TP = f(K, L)$$

Με την υπόθεση ότι βραχυχρονίως το κεφάλαιο είναι σταθερό (πάγιο)

$$TP = f(L)$$

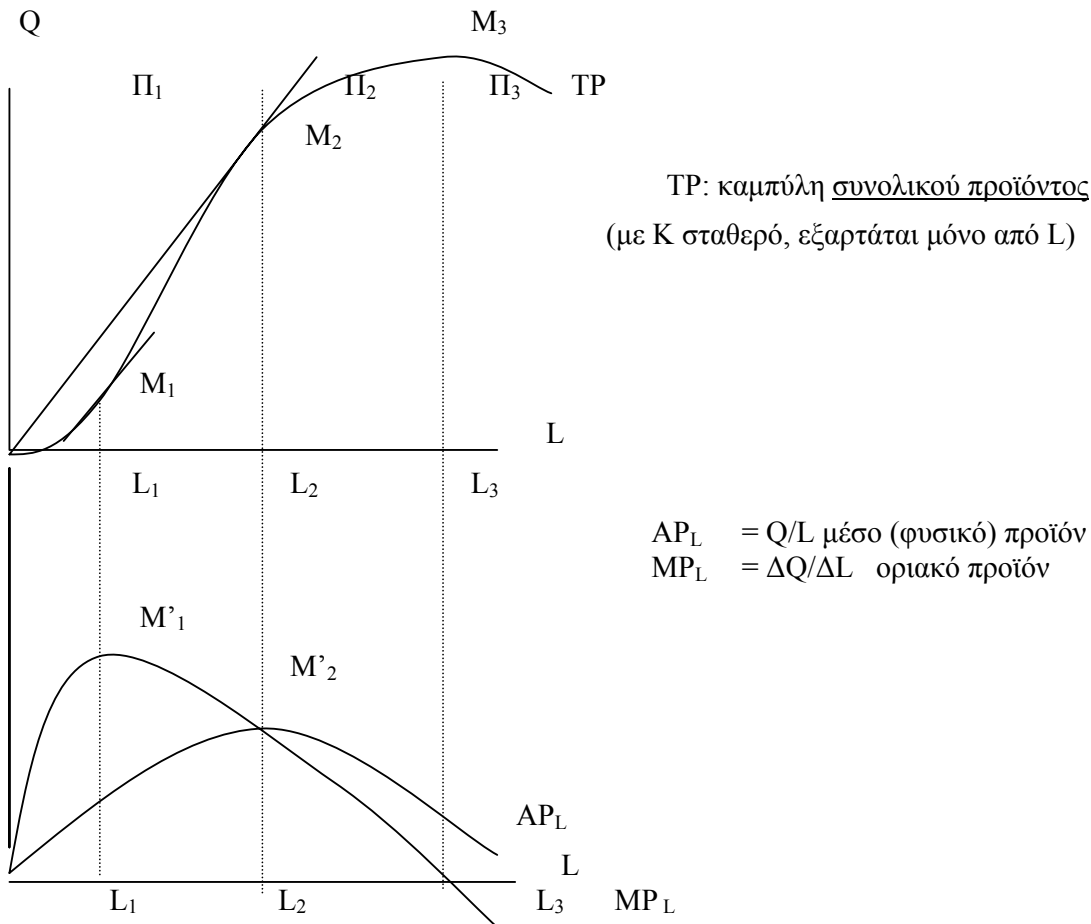
L	TP	AP	MP
0	0	-	-
1	6	6	6
2	22	11	16
3	36	12	14
4	46	11,5	10
5	55	11	9
6	60	10	5
7	63	9	3
8	64	8	1
9	63	7	-1

Μέσο προϊόν ή παραγωγικότητα ενός μεταβλητού συντελεστή = παραγόμενο προϊόν ανά μονάδα του μεταβλητού συντελεστή

$$AP_L = TP/L \quad (\text{μέσο προϊόν της εργασίας})$$

Οριακό προϊόν = το επιπλέον προϊόν από την χρησιμοποίηση μιας επιπλέον μονάδας του μεταβλητού συντελεστή

$$MP_L = \Delta TP / \Delta L \quad (\text{οριακό προϊόν της εργασίας})$$



Παρατηρήσεις

- Το MP σε ένα σημείο ισούται με την κλίση της καμπύλης TP σε αυτό το σημείο
- Οι καμπύλες AP, MP έχουν σχήμα καμπάνας (ανάστροφου U)
- Όταν $MP = 0$ τότε το TP είναι μέγιστο
- Η καμπύλη MP τέμνει την καμπύλη AP στο μέγιστο σημείο της τελευταίας

Νόμος της φθίνουσας απόδοσης

Όσο αυξάνεται η χρήση του μεταβλητού συντελεστή υπάρχει ένα σημείο (σε μονάδες εργασίας L_1) μετά από το οποίο το οριακό προϊόν αρχίζει να μειώνεται.

Περιοχή Π_1 = αύξουσα μέση απόδοση

Περιοχή Π₂ = φθίνουσα μέση απόδοση (σε αυτήν την περιοχή θα επιλέξει να βρεθεί η επιχείρηση)

Περιοχή Π₃ = αρνητική οριακή απόδοση

Η παραγωγή στην μακροχρόνια περίοδο

Μακροχρόνια, όλοι οι συντελεστές θεωρούνται μεταβλητοί. Επομένως η ανάλυση δεν μπορεί πλέον να γίνει με τις καμπύλες συνολικού, μέσου και οριακού προϊόντος.

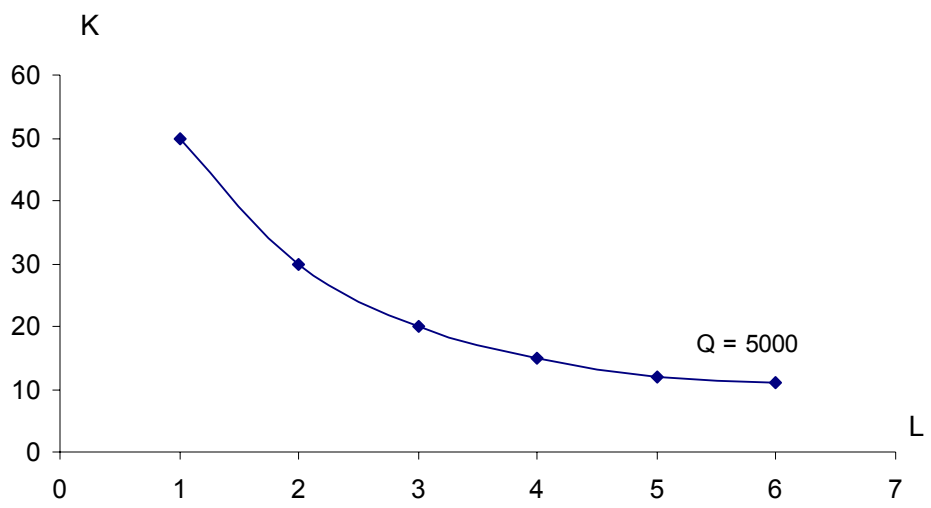
Καμπύλες ίσου προϊόντος

Ας υποθέσουμε ότι η επιχείρηση θέλει να παράγει μια συγκεκριμένη ποσότητα π.χ. 5000 μονάδες. Ορισμένοι συνδυασμοί κεφαλαίου και εργασίας με τους οποίους μπορεί να το πετύχει είναι:

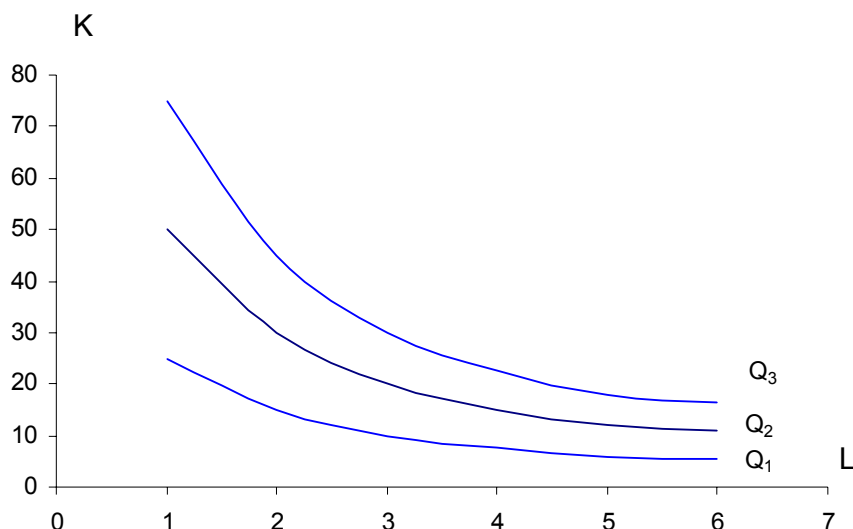
	α	β	γ	δ	ε	ζ
K	50	30	20	15	12	11
L	1	2	3	4	5	6

Η τεχνική α είναι τεχνική έντασης κεφαλαίου, αφού χρησιμοποιεί 50 μονάδες κεφαλαίου και μόνο 1 μονάδα εργασίας. Όσο προχωρούμε προς την τεχνική ζ γίνεται υποκατάσταση κεφαλαίου από εργασία και οδηγούμαστε σε τεχνικές έντασης εργασίας.

Η καμπύλη που ενώνει τα σημεία αυτά (δηλ. τους εναλλακτικούς τρόπους παραγωγής μιας συγκεκριμένης ποσότητας) ονομάζεται **καμπύλη ίσου προϊόντος**.



Όπως και με τις καμπύλες αδιαφορίας, μπορούμε να σχεδιάσουμε έναν ολόκληρο χάρτη καμπυλών ίσου προϊόντος. Όσο πιο δεξιά βρίσκεται μια τέτοια καμπύλη, τόσο μεγαλύτερη ποσότητα παραγωγής αντιπροσωπεύει.



Η κλίση μιας καμπύλης ίσου προϊόντος ονομάζεται *οριακός λόγος τεχνικής υποκατάστασης* (MRTS) και ισούται με τον λόγο $\Delta K/\Delta L$. Ο MRTS σε ένα σημείο της καμπύλης ίσου προϊόντος αντιπροσωπεύει την κλίση αυτής.

Αν κινηθούμε κατά μήκος της καμπύλης ίσου προϊόντος η παραγόμενη ποσότητα δεν μεταβάλλεται. Άρα η απώλεια σε ποσότητα από την μείωση του K αντισταθμίζεται ακριβώς από την αύξηση της ποσότητας λόγω αύξησης του L.

$$MPL \cdot \Delta L = MPK \cdot \Delta K \quad \text{άρα}$$

$$MRTS = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K}$$

Οι ιδιότητες των καμπυλών ίσου προϊόντος είναι ανάλογες με εκείνες των καμπυλών αδιαφορίας:

1. Είναι κυρτές ως προς την αρχή των αξόνων. Αυτό δείχνει την φθίνουσα πορεία του MRTS, η οποία οφείλεται στο νόμο της φθίνουσας απόδοσης.
2. Έχουν αρνητική κλίση
3. Δεν τέμνονται

Οι γραμμές ίσου κόστους

Είδαμε πως η επιχείρηση μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε διαφορετικούς συνδυασμούς εισροών για την παραγωγή κάποιας ποσότητας. Πώς όμως αποφασίζει για την ποσότητα; Πρέπει να εξετάσουμε το κόστος.

Με σταθερές τις τιμές των εισροών μπορούμε να κατασκευάσουμε έναν πίνακα που να δείχνει τους διάφορους συνδυασμούς εισροών που μπορούν να αποκτηθούν με κάποιο δεδομένο ποσό, π.χ. 300000€ με τιμή κεφαλαίου $P_K = 20000€$ και τιμή εργασίας $P_L = 10000€$.

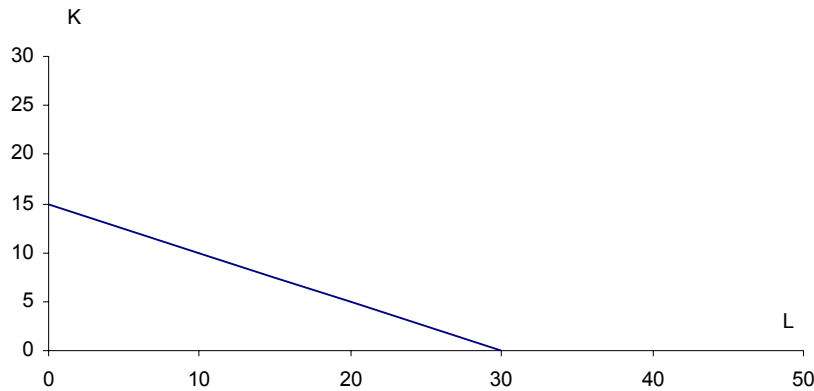
K	0	5	10	15
L	30	20	10	0

Η καμπύλη που ενώνει τα σημεία αυτά ονομάζεται γραμμή ίσου κόστους και δείχνει τους συνδυασμούς κεφαλαίου και εργασίας που κοστίζουν 300000 €.

Η κλίση της γραμμής ίσου κόστους είναι $- P_L / P_K$

$$C = P_K K + P_L L \quad \text{ή αν λύσουμε ως προς K}$$

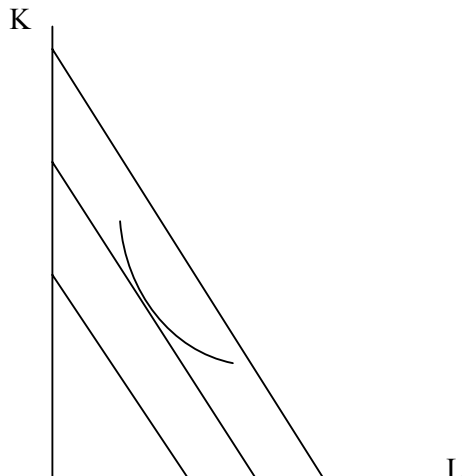
$$K = \frac{C}{P_K} - \frac{P_L}{P_K} L$$



Ο φθηνότερος συνδυασμός εισροών για την παραγωγή μιας συγκεκριμένης ποσότητας

Αυτός βρίσκεται στο σημείο όπου η συγκεκριμένη καμπύλη ίσου προϊόντος εφάπτεται στην χαμηλότερη δυνατή γραμμή ίσου κόστους. Στο σημείο αυτό ισχύει

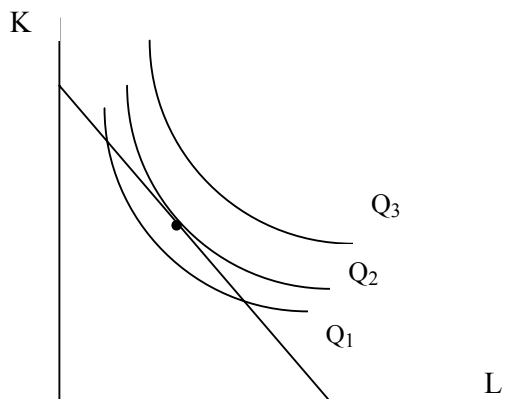
$$\frac{P_L}{P_K} = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} \quad \text{ή} \quad \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K}$$



Η μέγιστη παραγωγή που μπορεί να επιτευχθεί με συγκεκριμένη δαπάνη

Αυτό επιτυγχάνεται στο σημείο όπου η συγκεκριμένη γραμμή ίσου κόστους εφάπτεται με την υψηλότερη δυνατή καμπύλη ίσου προϊόντος. Και εδώ φυσικά:

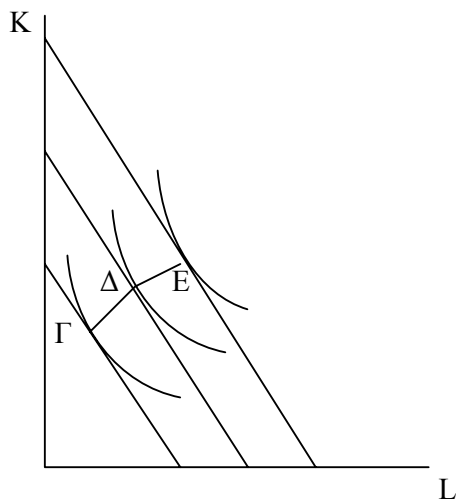
$$\frac{P_L}{P_K} = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} \quad \text{ή} \quad \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K}$$



Γραμμή επέκτασης

Όταν μεταβάλλεται ο περιορισμός κόστους της επιχείρησης μεταβάλλεται το σημείο ισορροπίας.

Η γραμμή ΓΔΕ που ενώνει όλα τα οικονομικώς αποτελεσματικά σημεία ονομάζεται γραμμή επέκτασης.



Αποδόσεις κλίμακας

Αν διπλασιαστούν οι ποσότητες των εισροών πόσο θα αυξηθεί η παραγόμενη ποσότητα;

- α) Αν διπλασιαστεί τότε η παραγωγή χαρακτηρίζεται από σταθερές αποδόσεις κλίμακας
- β) Αν υπερδιπλασιαστεί τότε η παραγωγή χαρακτηρίζεται από αύξουσες αποδόσεις κλίμακας
- γ) Αν υποδιπλασιαστεί τότε η παραγωγή χαρακτηρίζεται από φθίνουσες αποδόσεις κλίμακας

7. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το κόστος που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι ο καθοριστικός παράγοντας των αποφάσεών της σε ό,τι αφορά την παραγωγή και τις τιμές

Η έννοια του κόστους

Όταν μετρούμε το κόστος είναι σημαντικό να έχουμε κατά νου ότι κόστος ευκαιρίας ενός πράγματος είναι όλα εκείνα από τα οποία παραιτείται κανείς για να το αποκτήσει.

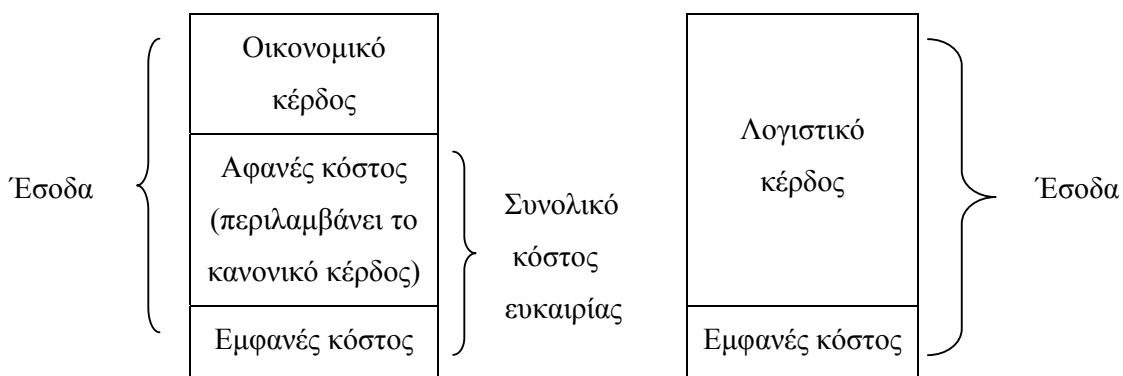
Όταν ο επιχειρηματίας αγοράζει πρώτες ύλες ή μισθώνει εργάτες για να εργαστούν στην επιχείρηση, τα χρήματα που πληρώνει είναι στοιχείο του κόστους ευκαιρίας. Τα στοιχεία αυτά ανήκουν στην κατηγορία του *εμφανούς ή λογιστικού κόστους*. Ορισμένα άλλα όμως στοιχεία του κόστους ευκαιρίας είναι *αφανή*. Αν π.χ. ο επιχειρηματίας έχει σπουδάσει νομικά και μπορεί να βρει εργασία με ωρομίσθιο 50 €, για κάθε ώρα που εργάζεται στην επιχείρηση χάνει 50 € εισοδήματος.

Η διάκριση αυτή μεταξύ εμφανούς και αφανούς κόστους δείχνει μια σημαντική διαφορά ανάμεσα στον τρόπο που αναλύουν μια επιχείρηση οι οικονομολόγοι και οι λογιστές. Οι οικονομολόγοι ενδιαφέρονται για τον τρόπο που οι επιχειρήσεις λαμβάνουν τις αποφάσεις τους και γι' αυτό συμπεριλαμβάνουν κατά την μέτρηση του κόστους ολόκληρο το κόστος ευκαιρίας. Από την άλλη πλευρά η δουλειά των λογιστών είναι να παρακολουθούν το χρήμα που εισρέει στην επιχείρηση και εκρέει από αυτήν. Έτσι μετρούν το εμφανές κόστος αλλά συχνά παραβλέπουν το αφανές κόστος..

Οικονομικό κέρδος και λογιστικό κέρδος

Επειδή οι οικονομολόγοι και οι λογιστές μετρούν διαφορετικά το κόστος, μετρούν επίσης διαφορετικά και το κέρδος. Το *οικονομικό κέρδος* της επιχείρησης ισούται με την διαφορά μεταξύ συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους ευκαιρίας. Το *λογιστικό κέρδος* της επιχείρησης ισούται με την διαφορά μεταξύ συνολικών εσόδων και συνολικού φανερού κόστους. Για να είναι μια επιχείρηση επικερδής από την σκοπιά του οικονομολόγου πρέπει τα έσοδα να υπερκαλύπτουν όλο το κόστος ευκαιρίας, τόσο το φανερό όσο και το αφανές.

(Σημειώνεται εδώ ότι το αφανές κόστος μεταξύ άλλων στοιχείων περιλαμβάνει και ένα ποσό κέρδους που αποτελεί την αμοιβή του επιχειρηματία. Το κέρδος αυτό ονομάζεται *κανονικό ή φυσιολογικό κέρδος* και αντιπροσωπεύει το ελάχιστο ποσό που πρέπει να κερδίζει η επιχείρηση προκειμένου να συνεχίσει να λειτουργεί).



Το κόστος στη βραχυχρόνια περίοδο

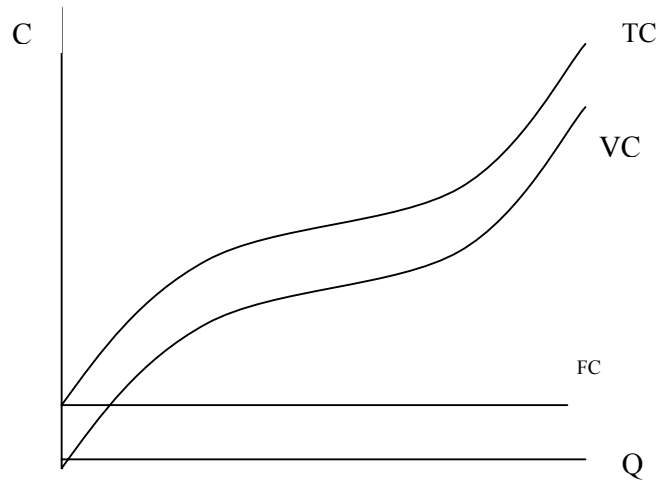
Το συνολικό κόστος παραγωγής της επιχείρησης αντανακλά την συνάρτηση παραγωγής της. Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις βαρύνονται με κόστος όταν αγοράζουν ή μισθώνουν παραγωγικούς συντελεστές για να παράγουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που σχεδιάζουν να πουλήσουν.

Το συνολικό κόστος μιας επιχείρησης μπορεί να διακριθεί σε δύο τύπους. Ένα μέρος του συνολικού κόστους που ονομάζεται *σταθερό ή πάγιο κόστος* (FC) δεν μεταβάλλεται όταν μεταβάλλεται η παραγωγή. Π.χ. τα ενοίκια που πληρώνει η επιχείρηση περιλαμβάνονται στο σταθερό κόστος, επειδή το κόστος αυτό είναι το ίδιο ανεξάρτητα από το πόσες μονάδες προϊόντος παράγει η επιχείρηση. Ένα άλλο όμως μέρος του συνολικού κόστους, που ονομάζεται *μεταβλητό κόστος* (VC), μεταβάλλεται όταν μεταβάλλεται η παραγόμενη ποσότητα. Τέτοιο είναι π.χ. το κόστος των πρώτων υλών. Το *συνολικό κόστος* (TC) της επιχείρησης είναι το άθροισμα του σταθερού και του μεταβλητού κόστους:

$$TC = FC + VC$$

Ο πίνακας και το διάγραμμα που ακολουθούν δείχνουν τα διάφορα στοιχεία του κόστους που προκύπτουν από την παραγωγή διαφόρων ποσοτήτων προϊόντος μιας υποθετικής επιχείρησης:

Προϊόν (Q)	Σταθερό κόστος (FC)	Μεταβλητό κόστος (VC)	Συνολικό κόστος (TC)
0	12	0	12
1	12	10	22
2	12	16	28
3	12	21	33
4	12	28	40
5	12	40	52
6	12	60	72
7	12	91	103



$VC = f(Q)$ μεταβλητό κόστος, εξαρτάται από το ύψος παραγωγής

FC = σταθερό κόστος, δεν επηρεάζεται από το ύψος παραγωγής

Ο επιχειρηματίας πρέπει να αποφασίσει πόση ποσότητα θα παράγει, επομένως πρέπει να γνωρίζει πώς μεταβάλλεται το κόστος όταν μεταβάλλεται η παραγόμενη ποσότητα. Τα ερωτήματα που πρέπει να απαντηθούν είναι:

Πόσο κοστίζει η παραγωγή μιας τυπικής μονάδας του προϊόντος;

Πόσο κοστίζει η αύξηση της παραγωγής κατά μία μονάδα;

Το μέσο συνολικό κόστος μας φανερώνει το κόστος μιας τυπικής μονάδας προϊόντος αν το συνολικό κόστος επιμερισθεί εξίσου σε όλες τις μονάδες που έχουν παραχθεί. Το οριακό κόστος μας δείχνει την αύξηση του συνολικού κόστους που προκύπτει από την παραγωγή μιας πρόσθετης μονάδας προϊόντος.

$AC = TC / Q$ μέσο συνολικό κόστος (average total cost)

$AFC = FC/Q$ μέσο σταθερό κόστος (average fixed cost)

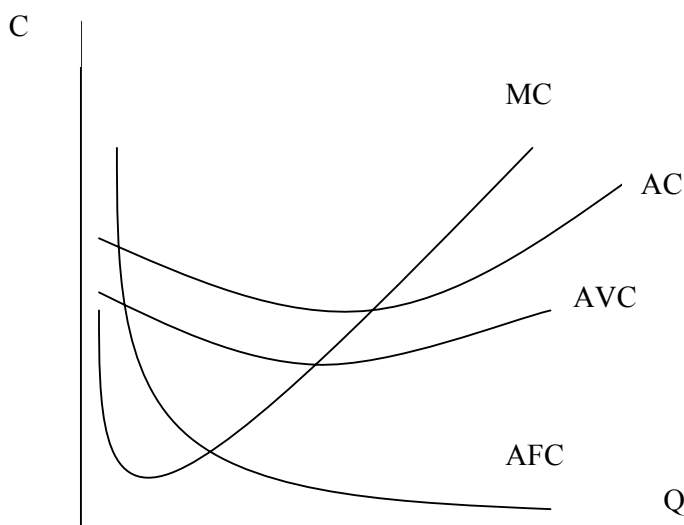
$AVC = VC/Q$ μέσο μεταβλητό κόστος (average variable cost),

$AC = AFC + AVC$

$MC = \Delta TC / \Delta Q = \Delta VC / \Delta Q$

Ο πίνακας και το διάγραμμα που ακολουθούν δείχνουν τα διάφορα στοιχεία του κόστους που αντιστοιχούν στο παραπάνω παράδειγμα:

Q	FC	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC
0	12	0	12	-	-	-	-
1	12	10	22	12	10	22	10
2	12	16	28	6	8	14	6
3	12	21	33	4	7	11	5
4	12	28	40	3	7	10	7
5	12	40	52	2,4	8	10,4	12
6	12	60	72	2	10	12	20
7	12	91	103	1,7	13	14,7	31



Παρατηρήσεις:

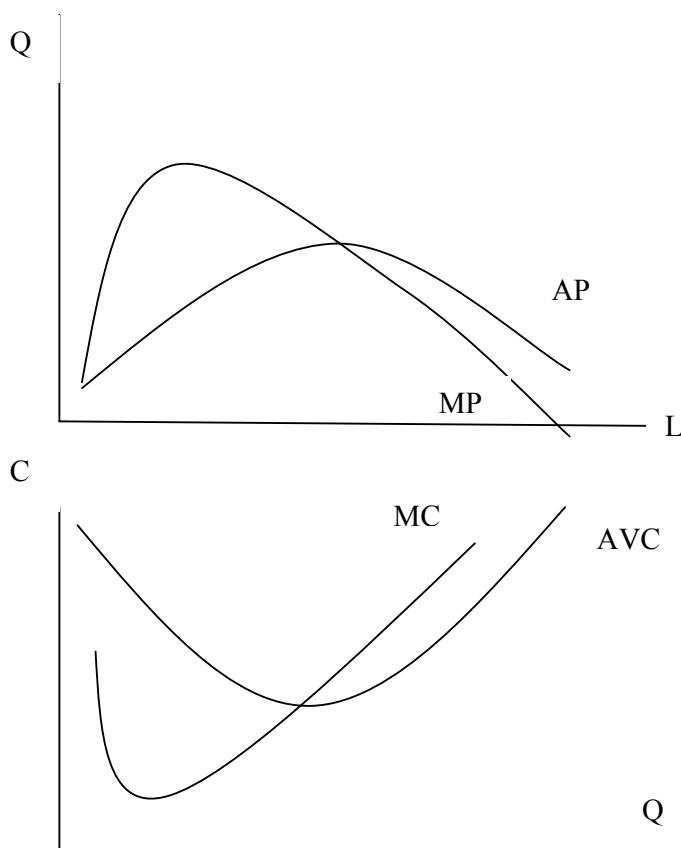
1. Οι καμπύλες οριακού, μέσου συνολικού και μέσου μεταβλητού κόστους έχουν σχήμα U.
2. Η καμπύλη οριακού κόστους τέμνει τις καμπύλες του μέσου μεταβλητού και μέσου συνολικού κόστους στα κατώτατα σημεία τους.
3. Όταν $MC > AVC$ (ή ATC) τότε το AVC (ή ATC) αυξάνεται. Όταν $MC < AVC$ (ή ATC) τότε το AVC (ή ATC) μειώνεται.

Σχέσεις καμπυλών κόστους με τις αντίστοιχες καμπύλες προϊόντος.

Η συμπεριφορά του οριακού και μέσου μεταβλητού κόστους αντανακλά το νόμο της φθίνουσας απόδοσης. Αυτό μπορεί ναδειχθεί εύκολα. Ας υποθέσουμε για απλοποίηση ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί μόνο έναν μεταβλητό συντελεστή, την εργασία και ότι η τιμή μιας μονάδας εργασίας είναι w . Τότε $VC = wL$, επομένως:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q = \Delta VC / \Delta Q = \Delta (wL) / \Delta Q = w \Delta L / \Delta Q = w / MP_L$$

$$AVC = VC/Q = wL/Q = w/(Q/L) = w/AP_L$$

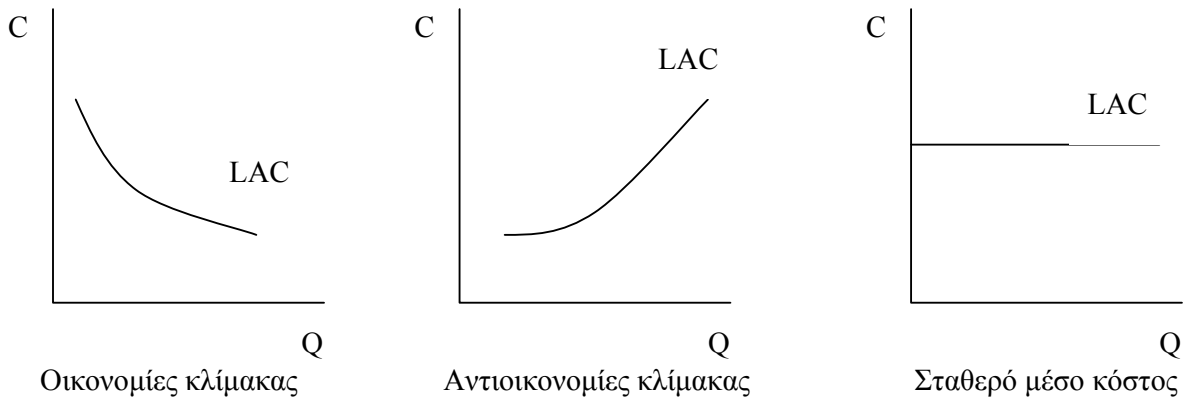


Το κόστος στη μακροχρόνια περίοδο

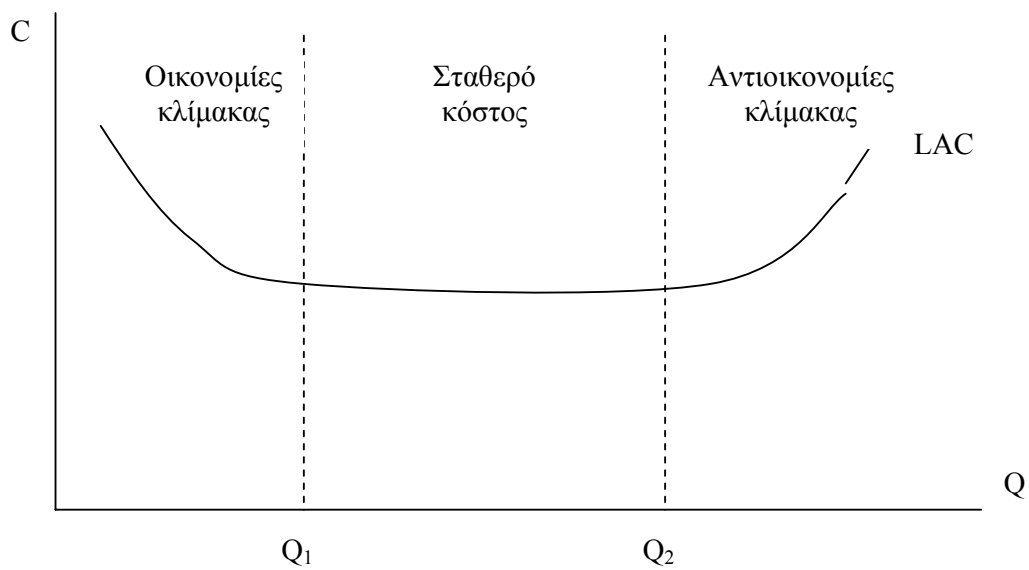
Όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει αποφάσεις μακροχρονίου χαρακτήρα έχει την δυνατότητα μεγαλύτερης ευελιξίας. Μπορεί αν θέλει να επεκτείνει την όλη κλίμακα των δραστηριοτήτων της. Όλοι οι παραγωγικοί συντελεστές της είναι πλέον μεταβλητοί και επομένως δεν ισχύει ο νόμος της φθίνουσας απόδοσης. Αφού λοιπόν δεν υπάρχουν σταθεροί συντελεστές δεν υπάρχει και σταθερό κόστος.

Οι καμπύλες μακροχρονίου μέσου κόστους (LAC) μπορούν να είναι διαφόρων μορφών.

Αν η παραγωγή της επιχείρησης χαρακτηρίζεται από *οικονομίες κλίμακας*, η καμπύλη LAC βαίνει φθίνουσα όταν αυξάνεται η παραγόμενη ποσότητα. Ακριβώς αυτός είναι άλλωστε ο ορισμός των οικονομιών κλίμακας: η μείωση του μέσου κόστους όταν αυξάνεται η κλίμακα παραγωγής. Αν υπερισχύουν οι *αντιοικονομίες κλίμακας* τότε η καμπύλη LAC είναι ανερχόμενη, ενώ αν δεν υπάρχουν ούτε οικονομίες ούτε αντιοικονομίες κλίμακας, τότε η καμπύλη LAC είναι οριζόντια.



Μια συχνά χρησιμοποιούμενη υπόθεση είναι ότι όσο επεκτείνεται η επιχείρηση, η παραγωγή χαρακτηρίζεται αρχικά από οικονομίες κλίμακας, με αποτέλεσμα η καμπύλη LAC να είναι φθίνουσα. Έπειτα όμως από κάποιο σημείο οι οικονομίες κλίμακας εξαντλούνται και η καμπύλη γίνεται οριζόντια. Τέλος η υπερβολική μεγέθυνση θα οδηγήσει σε στάδια παραγωγής όπου επικρατούν αντιοικονομίες κλίμακας.



Μια τυπική καμπύλη μακροχρονίου μέσου κόστους

Οι κυριότεροι παράγοντες που προκαλούν τις οικονομίες κλίμακας είναι:

- Η δυνατότητα μεγαλύτερης εξειδίκευσης των παραγωγικών συντελεστών, καλύτερου καταμερισμού των έργων αλλά και αξιοποίησης του υπάρχοντος κεφαλαιουχικού εξοπλισμού.
- Η δυνατότητα χρησιμοποίησης περισσότερου και τελειότερου κεφαλαιουχικού εξοπλισμού (τεχνολογικός εκσυγχρονισμός)
- Η δυνατότητα αγοράς ορισμένων μέσων παραγωγής με μειωμένο κόστος

Από την άλλη πλευρά οι κυριότεροι παράγοντες που προκαλούν τις αντιοικονομίες κλίμακας είναι τα διοικητικά και γραφειοκρατικά προβλήματα που υπάρχουν σε ένα γιγαντιαίο οργανισμό.

8. ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΟΡΑΣ – Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΠΛΗΡΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ

Εναλλακτικές κλαδικές δομές

Με κριτήριο τον βαθμό ανταγωνισμού οι κλάδοι της οικονομίας διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες.

Στο ένα άκρο έχουμε τον **πλήρη ανταγωνισμό**, μια μορφή αγοράς στην οποία υπάρχουν πάρα πολλές επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Κάθε επιχείρηση είναι τόσο μικρή σε σχέση με το σύνολο του κλάδου που δεν έχει δύναμη να επηρεάσει την τιμή. Στο άλλο άκρο έχουμε το **μονοπώλιο**, όπου υπάρχει μόνο μια επιχείρηση στον κλάδο, η οποία δεν υφίσταται καθόλου ανταγωνισμό. Ενδιάμεσες μορφές είναι ο **μονοπωλιακός ανταγωνισμός**, όπου υπάρχουν αρκετές επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται και ελευθερία εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο, και το **ολιγοπώλιο**, όπου υπάρχουν λίγες μόνο επιχειρήσεις και η είσοδος νέων επιχειρήσεων είναι περιορισμένη.

Για την πλήρη κατανόηση των στοιχείων που διακρίνουν αυτές τις τέσσερις κατηγορίες, πρέπει να εξετάζονται τα ακόλουθα:

- Η ελευθερία εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο καθώς και εξόδου από αυτόν.
- Ο τύπος του προϊόντος. Είναι το προϊόν των διαφόρων επιχειρήσεων ομοιογενές ή η κάθε μια παράγει μια διαφορετική παραλλαγή του προϊόντος;
- Ο βαθμός ελέγχου που έχει η κάθε επιχείρηση πάνω στην τιμή. Αυτός εξαρτάται από την ελαστικότητα της ζήτησης.

Η δομή της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται μια επιχείρηση επηρεάζει την συμπεριφορά της. Οι πλήρως ανταγωνιστικές επιχειρήσεις συμπεριφέρονται αρκετά διαφορετικά από τις μονοπωλιακές επιχειρήσεις, οι οποίες επίσης συμπεριφέρονται διαφορετικά από τις ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις ή τις επιχειρήσεις που λειτουργούν σε συνθήκες μονοπωλιακού ανταγωνισμού.

Η συμπεριφορά των επιχειρήσεων με την σειρά της επηρεάζει την απόδοσή τους: τιμές κέρδη κ.λ.π., σε πολλές μάλιστα περιπτώσεις επηρεάζει και την απόδοση των λοιπών επιχειρήσεων του κλάδου. Η συμπεριφορά του συνόλου των επιχειρήσεων σε ένα κλάδο επηρεάζει την απόδοση ολοκλήρου του κλάδου.

Δομή της αγοράς

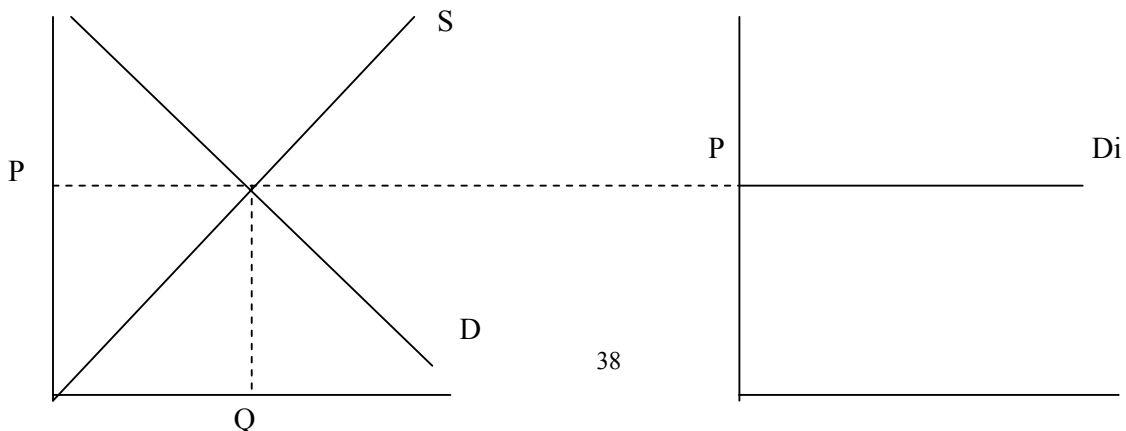
	Πλήρης ανταγωνισμός	Ατελής ανταγωνισμός		
		Μονοπωλιακός ανταγωνισμός	Ολιγοπώλιο	Μονοπώλιο
Αριθμός επιχειρήσεων	Πολύ μεγάλος	Μεγάλος	Μικρός	1 επιχείρηση
Δυνατότητα εισόδου	Απεριόριστη	Απεριόριστη	Περιορισμένη	Καμία
Τύπος του Προϊόντος	Ομοιογενές	Διαφοροποιημένο	Ομοιογενές ή διαφοροποιημένο	Μοναδικό
Παράδειγμα	Παραγωγή λαδιού	Εστιατόρια	Αυτοκινητοβιομηχανία	ΔΕΗ
Καμπύλη ζήτησης της επιχείρησης	Οριζόντια. Η επιχείρηση δεν επηρεάζει την τιμή	Με αρνητική κλίση, αλλά σχετικά ελαστική. Η επιχείρηση έχει κάποιο έλεγχο στην τιμή	Με αρνητική κλίση, σχετικά ανελαστική, αλλά εξαρτάται από τις αντιδράσεις των ανταγωνιστών στις μεταβολές της τιμής	Με αρνητική κλίση, πιο ανελαστική από του ολιγοπωλίου. Η επιχείρηση έχει σημαντικές δυνατότητες ελέγχου της τιμής

Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΠΛΗΡΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ

Χαρακτηριστικά του πλήρους ανταγωνισμού

- Πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων και αγοραστών
- Δυνατότητα εισόδου και εξόδου για οποιαδήποτε επιχείρηση, οποιαδήποτε στιγμή
- Όλοι παράγουν ακριβώς το ίδιο αγαθό με ακριβώς το ίδιο κόστος
- Υπάρχει πλήρης πληροφόρηση σχετικά με το τι συμβαίνει ανά πάσα στιγμή
- Μια μεμονωμένη επιχείρηση δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή (είναι price taker)

Καμπύλη ζήτησης της επιχείρησης

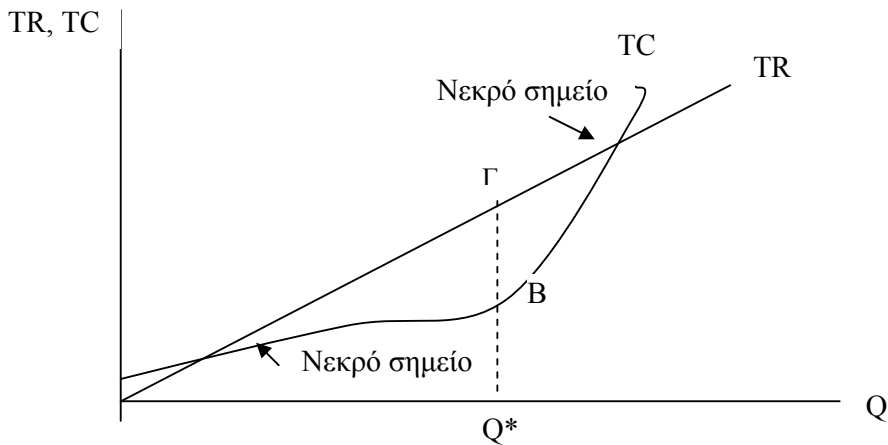


Η ελαστικότητα της ζήτησης που αντιμετωπίζει η κάθε επιχείρηση είναι $-\infty$, που σημαίνει ότι ακόμη και για ελάχιστη αύξηση της τιμής η ζητούμενη ποσότητα θα γίνει μηδέν ενώ ακόμη και με μεγάλη αύξηση της προσφερόμενης ποσότητας η τιμή δεν θα επηρεαστεί.

Η βραχυρόνια ισορροπία της επιχείρησης

Καμπύλες εσόδων

- Συνολικά έσοδα $TR = P \cdot Q$
- Μέσο έσοδο $AR = TR / Q = P \cdot Q / Q = P$
- Οριακό έσοδο $MR = \Delta TR / \Delta Q = \Delta (PQ) / \Delta Q = P \cdot \Delta Q / \Delta Q = P$
 $AR = MR = P$ για την ανταγωνιστική επιχείρηση



Μεγιστοποίηση κέρδους όπου $TR - TC$ μέγιστο

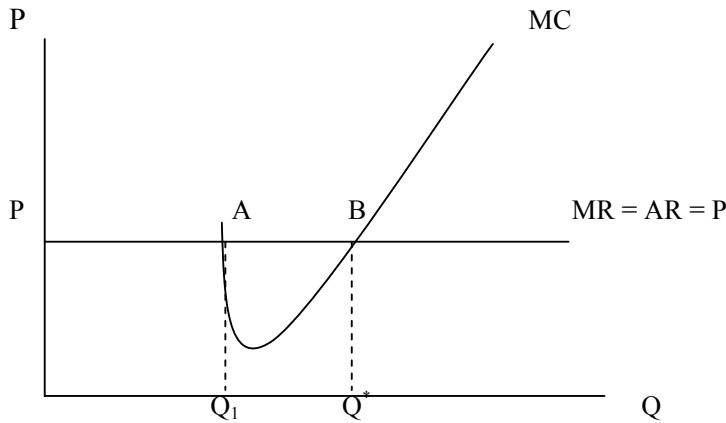
$\Pi = TR - TC$

$\Delta \Pi = \Delta TR - \Delta TC = MR - MC = 0 \Rightarrow \underline{MR = MC}$ (κανόνας που ισχύει για όλες και όχι μόνο τις πλήρως ανταγωνιστικές επιχειρήσεις)

Κέρδη: ΒΓ

Ο προσδιορισμός του άριστου επιπέδου παραγωγής με σύγκριση των οριακών μεγεθών

Με δεδομένο το κόστος και την καμπύλη ζήτησης, το μόνο που μπορεί να επηρεάσει τα κέρδη είναι το επίπεδο παραγωγής Q άρα η επιχείρηση επιλέγει το Q στο οποίο μεγιστοποιείται η συνάρτηση $\Pi = TR - TC$



Αριστερά του A: $MR < MC$ άρα $\uparrow Q \rightarrow \uparrow \Pi$

στο A: $MR = MC$ αλλά με MC μειούμενο, άρα η επιχείρηση έχει κίνητρο να αυξήσει Q

Δεξιά του B: $MR < MC$

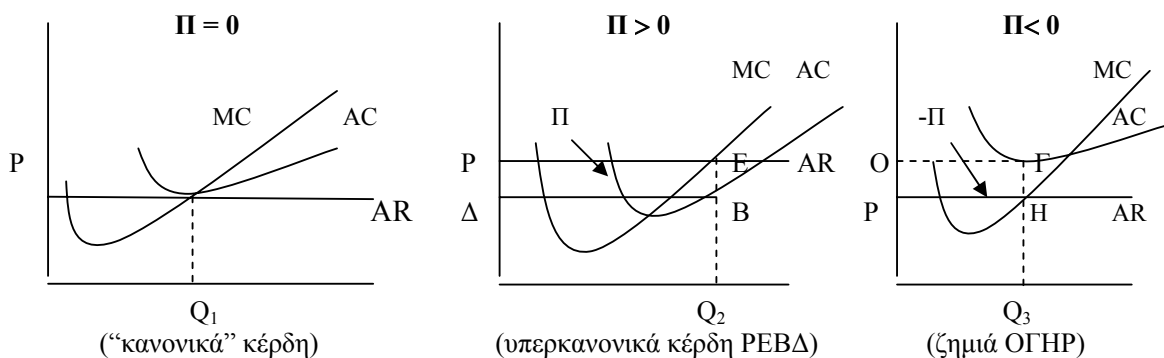
στο B: $MR = MC$ με MC αυξανόμενο = μεγιστοποίηση Π

Επομένως όταν $MR = MC$ (στο ανερχόμενο τμήμα της καμπύλης MC) η επιχείρηση επιτυγχάνει οικονομική αριστοποίηση

Κέρδος ή ζημιά

Η επίτευξη του οικονομικώς άριστου σημείου δεν σημαίνει οπωσδήποτε πραγματοποίηση κερδών. Το κέρδος ή ζημιά εξαρτάται από τη διαφορά μεταξύ τιμής και μέσου συνολικού κόστους, ως εξής:

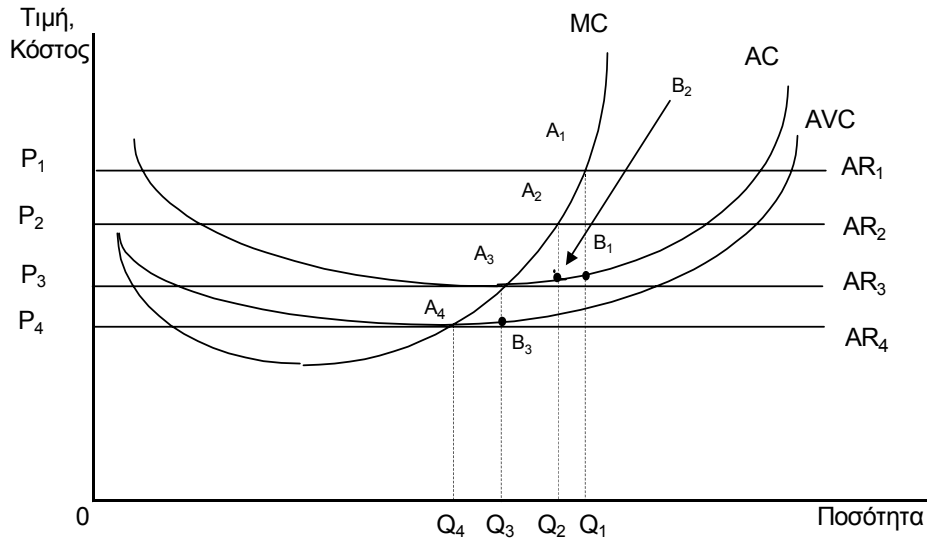
- Αν $P = AC$ $\Pi = 0$
- $P > AC$ $\Pi > 0$ $\Pi = TR - TC = P*Q - (ATC)*Q = (P-ATC)*Q$
- $P < AC$ $\Pi < 0$



Η βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς της επιχείρησης

Αν η επιχείρηση έχει ζημιά, μήπως είναι προτιμότερο να κλείσει; Για να απαντήσουμε πρέπει να κάνουμε διάκριση του AC σε $AFC+AVC$ δηλ. ανάμεσα στο μέσο σταθερό κόστος και στο μέσο μεταβλητό κόστος

Η συνθήκη ισορροπίας και η βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς της επιχείρησης



Ας υποθέσουμε ότι η *αντιπροσωπευτική* επιχείρηση έχει τις καμπύλες μέσου συνολικού κόστους (AC), μέσου μεταβλητού κόστους (AVC) και οριακού κόστους (MC) του διαγράμματος. Αρχίζοντας ας υποθέσουμε ότι η τιμή του προϊόντος που παράγει η επιχείρηση έχει διαμορφωθεί στην αγορά στο ύψος P_1 . Από τα προηγούμενα γνωρίζουμε ότι η τομή της γραμμής AR_1 και του MC στο σημείο A_1 προσδιορίζει τη θέση ισορροπίας με παραγωγή OQ_1 και μέγιστο κέρδος $(A_1B_1) \times OQ_1$. Αν η τιμή μειωθεί σε P_2 , η θέση ισορροπίας είναι στο επίπεδο παραγωγής Q_2 και το κέρδος μειώνεται σε $(A_2B_2) \times OQ_2$. Σε ακόμα χαμηλότερη τιμή, P_3 , το σημείο ισορροπίας είναι Q_3 , γιατί στο σημείο αυτό το οριακό έσοδο είναι ίσο με το οριακό κόστος, επειδή οι αντίστοιχες καμπύλες τέμνονται στο σημείο A_3 . Εδώ όμως παρατηρούμε ότι η καμπύλη του οριακού εσόδου που συμπίπτει με την καμπύλη της τιμής εφάπτεται στην καμπύλη του μέσου συνολικού κόστους στο σημείο A_3 , που είναι το κατώτερο της σημείο. Συνεπώς στο σημείο αυτό το κέρδος της επιχείρησης γίνεται μηδέν.

Αφού στο σημείο Q_3 το κέρδος είναι μηδέν, είναι άραγε ορθό να πούμε ότι η επιχείρηση είναι αδιάφορη μεταξύ παραγωγής στο Q_3 και διακοπής; Η επιχείρηση δεν είναι αδιάφορη μεταξύ αυτών των δύο λύσεων, γιατί έχει ορισμένα σταθερά έξοδα έστω και αν σταματήσει την παραγωγή της. Γνωρίζουμε ότι το μέσο σταθερό κόστος είναι η διαφορά μεταξύ μέσου συνολικού και μέσου μεταβλητού κόστους. Στο διάγραμμα, όταν η επιχείρηση παράγει την ποσότητα Q_3 , το μέσο σταθερό κόστος είναι ίσο με την απόσταση A_3B_3 , που είναι η απόσταση μεταξύ των καμπυλών AC και AVC. Συνεπώς η τιμή P_3 καλύπτει και το

μέσο μεταβλητό και το μέσο σταθερό κόστος. Αν η παραγωγή σταματήσει δεν καλύπτεται το σταθερό κόστος. Άρα, συμφέρει την επιχείρηση να παράγει την ποσότητα Q_3 με κέρδος μηδέν, τουλάχιστον βραχυχρόνια, ώσπου να μπορέσει να αλλάξει παραγωγή και να στραφεί σε προϊόντα που δίνουν θετικό κέρδος. Ως ποιο σημείο πρέπει να πέσει η τιμή ώστε η επιχείρηση να σταματήσει την παραγωγή της; Αν πέσει τόσο, ώστε να μην μπορεί να καλύψει τα σταθερά έξοδα και ταυτόχρονα να μην μπορεί να καλύψει όλα τα μεταβλητά έξοδα. Αυτό συμβαίνει όταν η τιμή είναι χαμηλότερη από το μέσο μεταβλητό κόστος. Στο διάγραμμα η τιμή P_4 είναι τόσο χαμηλή που η επιχείρηση, παράγοντας την ποσότητα Q_4 (που ελαχιστοποιεί τη ζημιά), μπορεί να καλύψει μόνο τα μεταβλητά έξοδα. Στην τιμή P_4 η επιχείρηση είναι αδιάφορη ανάμεσα σε παραγωγή Q_4 και παραγωγή μηδέν. Σε τιμή μεγαλύτερη από το P_4 τη συμφέρει βραχυχρόνια να παράγει και σε τιμή χαμηλότερη από το P_4 τη συμφέρει να κλείσει αμέσως.

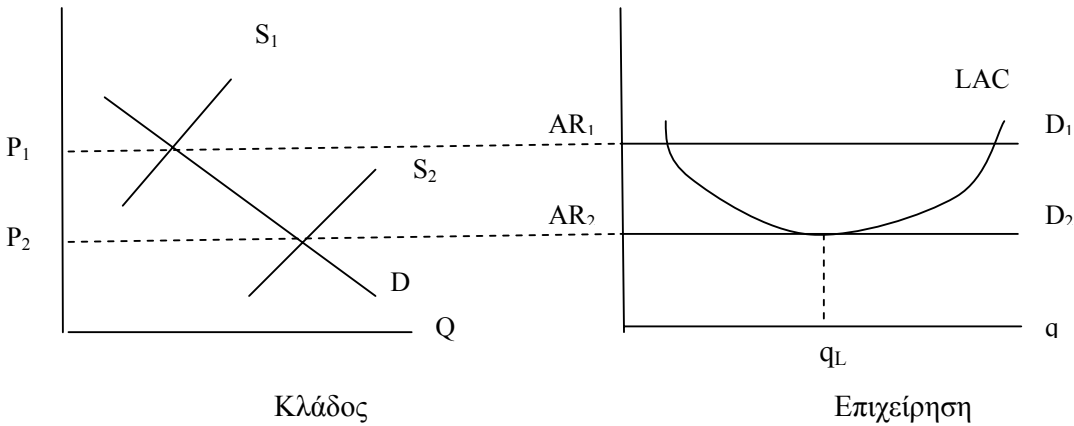
Από την παραπάνω ανάλυση μπορούμε να συμπεράνουμε τα εξής:

- i. Με τις μεταβολές της τιμής η επιχείρηση κινείται πάνω στην καμπύλη του οριακού κόστους και έτσι η καμπύλη του οριακού κόστους συνδέει την τιμή με την παραγόμενη και προσφερόμενη ποσότητα. Έτσι, η καμπύλη του οριακού κόστους είναι στην πραγματικότητα η καμπύλη προσφοράς της επιχείρησης. Η τελευταία αρχίζει μάλιστα από το σημείο που η καμπύλη του οριακού κόστους τέμνει την καμπύλη του μέσου μεταβλητού κόστους.
- ii. Βραχυχρόνια η επιχείρηση διακόπτει την παραγωγή της αν η τιμή δεν καλύπτει το μέσο μεταβλητό κόστος, συνεχίζει όμως την παραγωγή εφόσον καλύπτει μέρος των σταθερών εξόδων.
- iii. Η επιχείρηση έχει κέρδος μηδέν όταν η τιμή είναι ίση με το μέσο συνολικό κόστος, που βρίσκεται στο ελάχιστο σημείο του, και με το οριακό κόστος. Όταν η τιμή είναι μεγαλύτερη από το μέσο συνολικό κόστος, η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδος.
- iv. Η επιχείρηση μεγιστοποιεί το κέρδος (ή ελαχιστοποιεί την ζημιά) και βρίσκεται σε ισορροπία, όταν το οριακό κόστος είναι ίσο με το οριακό έσοδο, που ισούται με την τιμή του προϊόντος.

Η μακροχρόνια ισορροπία της επιχείρησης

Στην μακροχρόνια περίοδο, αν η αντιπροσωπευτική επιχείρηση πραγματοποιεί υπερκανονικά κέρδη τότε υπάρχει κίνητρο για είσοδο νέων επιχειρήσεων ή/και επέκταση των υπαρχουσών (αφού όλοι οι συντελεστές είναι μεταβλητοί). Το αποτέλεσμα τότε είναι η αύξηση της αγοραίας προσφοράς. Αυτό με την σειρά του οδηγεί σε μείωση της τιμής, μέχρι του σημείου όπου μόνο κανονικά κέρδη πραγματοποιούνται. Αυτό συμβαίνει στο σημείο όπου η ατομική

καμπύλη ζήτησης εφάπτεται στο κατώτατο σημείο της καμπύλης μακροχρονίου μέσου κόστους.



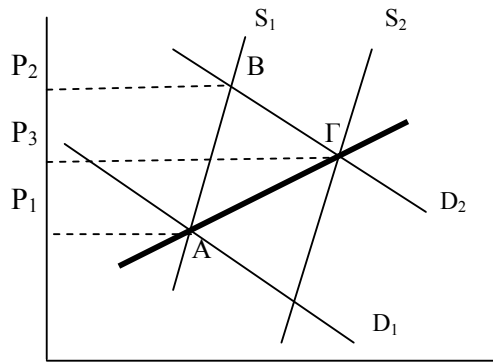
Η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς του κλάδου

Για τη μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς του κλάδου είναι χρήσιμο να γίνει διάκριση των κλάδων με κριτήριο την εξέλιξη της καμπύλης μακροχρονίου μέσου κόστους:

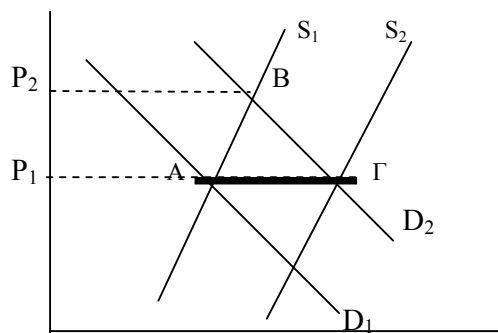
- (α) κλάδοι με συνθήκες αυξανόμενου μέσου κόστους
- (β) κλάδοι με συνθήκες σταθερού μέσου κόστους
- (γ) κλάδοι με συνθήκες φθίνοντος μέσου κόστους

Ας εξετάσουμε την επίδραση μιας αύξησης της ζήτησης. Η ισορροπία στην βραχυχρόνια περίοδο μετατοπίζεται από το σημείο Α στο σημείο Β, με αποτέλεσμα την δημιουργία υπερκανονικών κερδών που προσελκύουν νέες επιχειρήσεις. Η προσφορά αυξάνεται και η νέα ισορροπία βρίσκεται στο σημείο Γ. Αυτό σημαίνει ότι η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς είναι η καμπύλη ΑΓ.

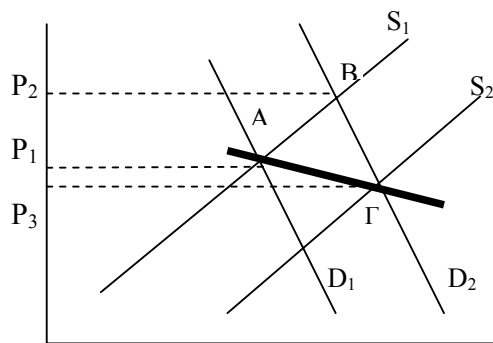
(α) Κλάδοι με αυξανόμενο μέσο κόστος: π.χ. η είσοδος νέων επιχειρήσεων προκαλεί αύξηση των τιμών των παραγωγικών συντελεστών. Αυτό μετατοπίζει τις καμπύλες μακροχρονίου μέσου κόστους των επιχειρήσεων προς τα πάνω και επομένως η τιμή ισορροπίας στην μακροχρόνια περίοδο είναι μεγαλύτερη. Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από εξωτερικές (ως προς τις επιχειρήσεις) αντιοικονομίες κλίμακας.



(β) Κλάδοι με σταθερό μέσο κόστος: η είσοδος νέων επιχειρήσεων δεν μεταβάλλει τις καμπύλες μακροχρονίου μέσου κόστους των επιχειρήσεων και επομένως η τιμή ισορροπίας στην μακροχρόνια περίοδο είναι ίση με την αρχική.



(γ) Κλάδοι με φθίνον μέσο κόστος: η είσοδος νέων επιχειρήσεων μετατοπίζει τις καμπύλες μακροχρονίου μέσου κόστους των επιχειρήσεων προς τα κάτω και επομένως η τιμή ισορροπίας στην μακροχρόνια περίοδο είναι μικρότερη. Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από *εξωτερικές* (ως προς τις επιχειρήσεις) *οικονομίες κλίμακας*.



Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι πλήρως ανταγωνιστικοί κλάδοι δεν χαρακτηρίζονται από αξιολογες εσωτερικές οικονομίες κλίμακας. Αν υπήρχαν οικονομίες κλίμακας, ο κλάδος θα γινόταν γρήγορα μη ανταγωνιστικός διότι οι μεγάλες (χαμηλού μέσου κόστους) επιχειρήσεις θα εκτόπιζαν τις μικρές.

Αξιολόγηση του πλήρους ανταγωνισμού

Ορισμένα χαρακτηριστικά του πλήρους ανταγωνισμού είναι ιδιαίτερα θετικά για την κοινωνική ευημερία:

- Η τιμή του προϊόντος ισούται μακροχρόνια με το ελάχιστο μέσο κόστος, που σημαίνει επίτευξη οικονομικής αποτελεσματικότητας. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την πιο αποδοτική τεχνολογία και τον πιο φθηνό συνδυασμό παραγωγικών συντελεστών.
- Η τιμή ισούται επίσης με το οριακό κόστος (επίτευξη διανεμητικής αποτελεσματικότητας). Αυτό επιτυγχάνεται μόνο στον πλήρη ανταγωνισμό. Οι πλήρως ανταγωνιστικές αγορές παράγουν τα προϊόντα και τις ποσότητες εκείνες που επιθυμεί περισσότερο η κοινωνία. Όμως, για να μιλήσουμε ακριβολογώντας, αυτό συμβαίνει μόνο αν όλες οι αγορές είναι πλήρως ανταγωνιστικές και δεν υπάρχουν εξωτερικότητες.

Υπάρχουν όμως και ορισμένες αδυναμίες αυτής της μορφής αγοράς:

- Αν και ο πλήρης ανταγωνισμός εξασφαλίζει την καλύτερη κατανομή πόρων με δεδομένη την διανομή εισοδήματος, δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι τα αγαθά παράγονται και διανέμονται σύμφωνα με τις ανάγκες της κοινωνίας, λόγω της ύπαρξης μεγάλων εισοδηματικών ανισοτήτων.
- Οι επιχειρήσεις λειτουργούν συγκρίνοντας το ιδιωτικό κόστος με το ιδιωτικό όφελος. Όμως το κοινωνικό κόστος και όφελος είναι πιθανό να είναι αρκετά διαφορετικά. π.χ. ο ανταγωνισμός δεν παρέχει καμία προστασία για το περιβάλλον, που είναι πιθανό να μολύνεται από ορισμένες δραστηριότητες επιχειρήσεων.
- Το υπόδειγμα του πλήρους ανταγωνισμού δεν μπορεί να εφαρμοστεί στην περίπτωση των δημοσίων αγαθών.
- Καθώς στις πλήρως ανταγωνιστικές αγορές το προϊόν είναι ομοιογενές, αυτή η έλλειψη ποικιλίας θεωρείται μειονέκτημα από την πλευρά του καταναλωτή.
- Οι επιχειρήσεις δεν έχουν το κίνητρο ούτε την δυνατότητα να επενδύσουν σε Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη.

Πλήρης Ανταγωνισμός και Χρηματιστηριακές Αγορές

Ανάμεσα σε όλες τις αγορές με τις οποίες είμαστε εξοικειωμένοι, καμία δεν ταιριάζει περισσότερο στο υπόδειγμα του Πλήρους Ανταγωνισμού από τις χρηματιστηριακές αγορές. Ας δούμε τα χαρακτηριστικά των αγορών αυτών:

Ομοιογενές προϊόν

Οι μετοχές που είναι αντικείμενο αγοραπωλησίας στο χρηματιστήριο είναι απόλυτα ομοιογενείς. Π.χ. η μετοχή του ΟΤΕ είναι ακριβώς ίδια από οποιονδήποτε και αν την αγοράσουμε.

Οι επιμέρους αγοραστές και πωλητές είναι μικροί σχετικά με το μέγεθος της αγοράς

Παρόλο που είναι δυνατό κάποιος να κατέχει μεγάλο μέρος των μετοχών μιας συγκεκριμένης εταιρείας, δεν είναι δυνατό κάποιος να κατέχει μεγάλο μέρος της συνολικής αγοράς.

Ελευθερία εισόδου και εξόδου

Η είσοδος βέβαια αφορά στην πλευρά της ζήτησης (η προσφορά μετοχών του ΟΤΕ είναι πλήρως καθορισμένη και αυτό που καθορίζει την τιμή τους είναι η ζήτηση). Δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου. Είναι πολύ εύκολο να εισέλθει κάποιος στην αγορά και να αγοράσει ή να πουλήσει μετοχές.

Επιπλέον οι χρηματιστηριακές αγορές διαθέτουν και κάποια άλλα ειδικά χαρακτηριστικά που τις καθιστούν κάτι παραπάνω από απλά ανταγωνιστικές:

Ύπαρξη μιας κεντρικής αγοράς

Παρά το ότι οι συναλλασσόμενοι δεν χρειάζεται να διανύσουν μεγαλύτερη απόσταση από ό,τι μέχρι τον Η/Υ του γραφείου τους, υπάρχει μια κεντρική αγορά και όχι πολλές μικρές αγορές. Επομένως, κάθε αγοραστής έχει πρόσβαση σε κάθε πωλητή, και αντιστρόφως.

Ευρύτατη πληροφόρηση

Υπάρχουν πλέον πολλά έντυπα που ασχολούνται αποκλειστικά με την συλλογή και διάχυση σχετικής πληροφόρησης. Πράγματι οι αγορές αυτές βρίσκονται πολύ κοντά σε αυτό που ονομάζεται πλήρης γνώση των συνθηκών της αγοράς.

Γρήγορες προσαρμογές των τιμών

Αν οι συναλλασσόμενοι κρίνουν ότι μια τιμή είναι πολύ υψηλή, αυτή θα μεταβληθεί αμέσως. Δεν υπάρχουν συμβόλαια μακράς διάρκειας που να περιορίζουν τις προσαρμογές των τιμών.

11. Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΚΑΘΑΡΟ ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ

Με τον όρο μονοπώλιο αναφερόμαστε στην ακραία μορφή αγοράς όπου μια μόνο επιχείρηση παράγει ένα προϊόν για το οποίο δεν υπάρχουν στενά υποκατάστατα. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση ταυτίζεται με τον κλάδο παραγωγής του προϊόντος.

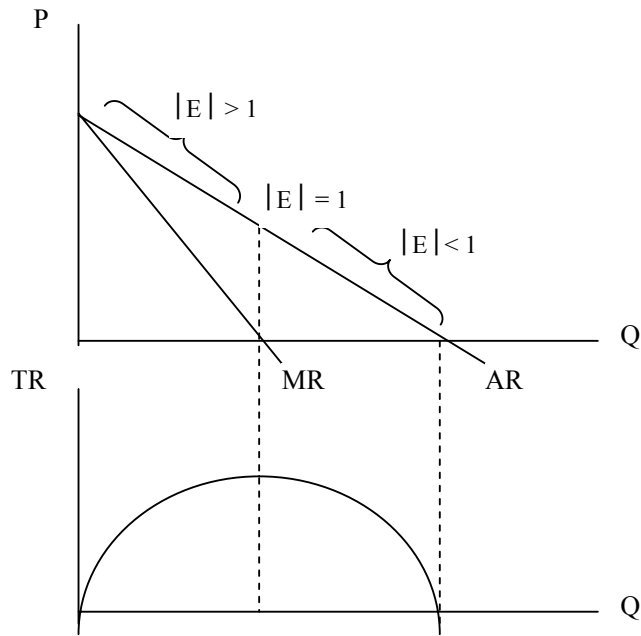
Συνθήκες που οδηγούν σε μονοπώλια

- Ύπαρξη σημαντικών οικονομιών κλίμακας στην παραγωγή (ή/και το σχετικά μικρό μέγεθος της αγοράς). Το ελάχιστο μέσο κόστος επιτυγχάνεται σε υψηλό επίπεδο παραγωγής. Οι κλάδοι αυτοί αποτελούν «φυσικά μονοπώλια».
- Η αποκλειστική ιδιοκτησία των πρώτων υλών.
- Η κατοχή αποκλειστικού δικαιώματος εκμετάλλευσης ενός προϊόντος ή μιας μεθόδου παραγωγής μέσω διπλώματος ευρεσιτεχνίας (νομική προστασία)
- Η παραχώρηση από το κράτος αποκλειστικού δικαιώματος στην παραγωγή (π.χ. επιχειρήσεις κοινής ωφελείας)
- Ο αθέμιτος ανταγωνισμός

Ζήτηση και έσοδα του μονοπωλίου

Εξ ορισμού η αγοραία καμπύλη ζήτησης είναι ταυτόχρονα η καμπύλη ζήτησης της μοναδικής επιχείρησης. Επομένως η καμπύλη ζήτησης του μονοπωλίου έχει αρνητική κλίση. Η καμπύλη ζήτησης επιβάλλει έναν περιορισμό στην δυνατότητα του μονοπωλίου να αυξάνει τα κέρδη του εκμεταλλευόμενο τη μονοπωλιακή του δύναμη. Το μονοπώλιο μπορεί προσαρμόζοντας την τιμή ή την παραγόμενη ποσότητα να επιλέξει οποιοδήποτε σημείο επί της αγοραίας καμπύλης ζήτησης, αλλά κανένα σημείο εκτός αυτής.

Όπως γνωρίζουμε το μέσο έσοδο είναι πάντοτε ίσο με την τιμή του αγαθού, επομένως η καμπύλη μέσου εσόδου ταυτίζεται με την καμπύλη ζήτησης. Λόγω της αρνητικής κλίσης της καμπύλης ζήτησης, το οριακό έσοδο είναι πάντοτε μικρότερο από την τιμή του προϊόντος. Ο μονοπωλητής για να αυξήσει την ποσότητα που πουλά πρέπει να μειώσει την τιμή του προϊόντος του. Έτσι για να πουλήσει π.χ. την 4^η μονάδα θα πρέπει να μειώσει την τιμή και της καθεμιάς από τις 3 πρώτες μονάδες και αυτό σημαίνει ότι το οριακό έσοδο της 4^{ης} μονάδας θα είναι μικρότερο από την τιμή.

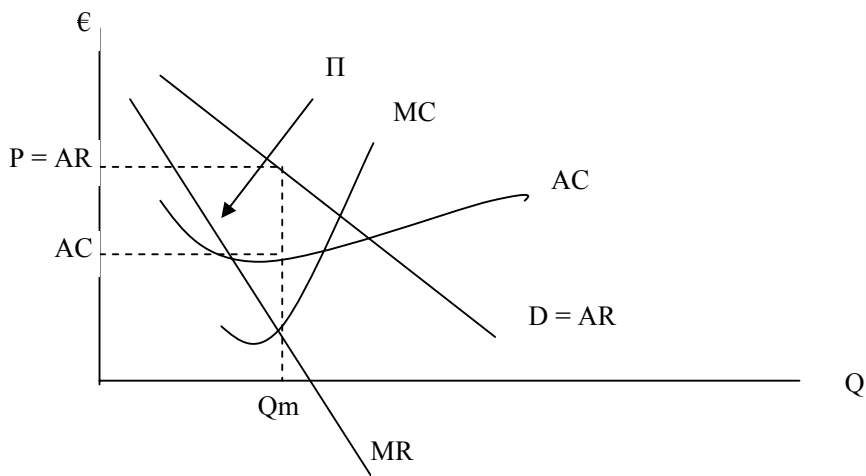


Πώς συνδέονται οι μεταβολές της τιμής με τις μεταβολές των εσόδων; Όπως γνωρίζουμε αυτό εξαρτάται από την ελαστικότητα ζήτησης.

Η μεγιστοποίηση των εσόδων πραγματοποιείται εκεί όπου το οριακό έσοδο γίνεται μηδέν (αυτό συμβαίνει στο επίπεδο παραγωγής όπου η ελαστικότητα ζήτησης είναι μοναδιαία). Άρα το μονοπώλιο σίγουρα θα επιλέξει να παράγει στο ελαστικό τμήμα της καμπύλης ζήτησης.

Μεγιστοποίηση κερδών του μονοπωλίου

Όπως συμβαίνει με όλες τις επιχειρήσεις τα κέρδη του μονοπωλίου μεγιστοποιούνται εκεί όπου το οριακό έσοδο ισούται με το οριακό κόστος.



Στο διάγραμμα τα κέρδη μεγιστοποιούνται στο επίπεδο παραγωγής Q_m . Το μονοπώλιο πραγματοποιεί υπερκανονικά κέρδη.

Δεδομένου ότι υπάρχουν εμπόδια στην είσοδο επιχειρήσεων, δεν υπάρχει μηχανισμός για να μειωθούν τα κέρδη όπως στον πλήρη ανταγωνισμό.

Η συνθήκη αριστοποίησης είναι η ίδια όπως και στις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Η διαφορά είναι ότι το οριακό έσοδο του μονοπωλίου είναι μικρότερο από την τιμή.

Στον πλήρη ανταγωνισμό $P = MR = MC$

Στο μονοπώλιο $P > MR = MC$

Η μονοπωλιακή επιχείρηση επιλέγει την ποσότητα που εξισώνει το οριακό έσοδο με το οριακό κόστος και στην συνέχεια χρησιμοποιεί την καμπύλη ζήτησης για να βρει την τιμή στην οποία μπορεί να πουλήσει την ποσότητα αυτή.

$$\begin{aligned} MR = MC &\Rightarrow MC = \Delta TR / \Delta Q = \Delta(PQ) / \Delta Q = P \Delta Q / \Delta Q + Q \Delta P / \Delta Q = \\ &= P + P (Q/P) (\Delta P / \Delta Q) = P (1 + 1/\epsilon) \\ &\Rightarrow P = MC / (1 + 1/\epsilon) \end{aligned}$$

Υπάρχει καμπύλη προσφοράς στο μονοπώλιο;

Στο μονοπώλιο δεν υπάρχει μοναδική σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας και επομένως είναι αδύνατη η κατασκευή καμπύλης προσφοράς.

Η καμπύλη προσφοράς δείχνει την ποσότητα που επιλέγουν να προσφέρουν σε κάθε τιμή. Αυτό έχει νόημα στον πλήρη ανταγωνισμό όπου οι επιχειρήσεις λαμβάνουν ως δεδομένες τις τιμές και επομένως η παραγόμενη ποσότητα εξαρτάται μόνο από το οριακό κόστος. Στο μονοπώλιο όμως δεν έχει νόημα το ερώτημα τι ποσότητα θα παράγει η επιχείρηση σε κάποια τιμή, επειδή η ίδια η επιχείρηση ορίζει ταυτόχρονα την τιμή και την ποσότητα που θα παράγει. Η απόφαση του μονοπωλίου σχετικά με την ποσότητα που θα παράγει δεν μπορεί να απομονωθεί από την καμπύλη ζήτησης.

Στον πλήρη ανταγωνισμό κάθε μεταβολή της τιμής οδηγεί σε μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας. Στο μονοπώλιο είναι δυνατό να υπάρχουν μετατοπίσεις της καμπύλης ζήτησης που να μεταβάλλουν την τιμή αλλά όχι την προσφερόμενη ποσότητα και το αντίστροφο.

Διαφορισμός τιμής στο μονοπώλιο

Σε αντίθεση με την ανταγωνιστική επιχείρηση, στο μονοπώλιο η επιχείρηση πολλές φορές προσπαθεί να πουλήσει σε διαφορετικές ομάδες πελατών το ίδιο προϊόν σε διαφορετικές τιμές. Η τακτική αυτή ονομάζεται πολιτική διαφορισμού της τιμής.

Προϋπόθεση εφαρμογής του διαφορισμού των τιμών είναι να είναι σε θέση η επιχείρηση να χωρίσει τους καταναλωτές σε ομάδες με διαφορετική ελαστικότητα ζήτησης και να μην είναι δυνατή η μεταπώληση του προϊόντος από την μια ομάδα στην άλλη.

Παραδείγματα διαφορισμού της τιμής είναι τα εισιτήρια του κινηματογράφου, τα αεροπορικά εισιτήρια κ.λ.π.

Η πρακτική του διαφορισμού της τιμής μπορεί να αυξήσει την οικονομική ευημερία καθιστώντας το αγαθό ελκυστικό σε ορισμένους καταναλωτές οι οποίοι διαφορετικά δεν θα το αγόραζαν. Το σίγουρο είναι ότι η πολιτική αυτή αυξάνει τα κέρδη του μονοπωλίου.

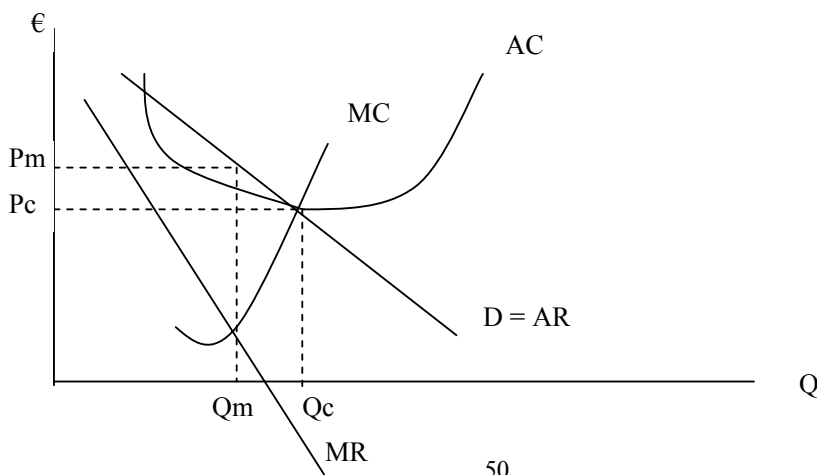
Αξιολόγηση του μονοπωλίου

Όπως φαίνεται από το παρακάτω διάγραμμα το μονοπώλιο παράγει μικρότερη ποσότητα και την διαθέτει σε υψηλότερη τιμή από την αντίστοιχη του πλήρους ανταγωνισμού (έχουμε υποθέσει ότι η αγοραία καμπύλη ζήτησης του ανταγωνιστικού κλάδου ταυτίζεται με αυτήν του μονοπωλίου και ότι οι συνθήκες κόστους δεν διαφέρουν).

Στο μονοπώλιο η τιμή είναι πάντοτε υψηλότερη από το οριακό κόστος, επομένως δεν επιτυγχάνεται η διανεμητική αριστοποίηση.

Επιπλέον η τιμή είναι μεγαλύτερη από το ελάχιστο μέσο κόστος που σημαίνει ότι δεν επιτυγχάνεται ούτε η οικονομική αποτελεσματικότητα.

Ως πλεονεκτήματα του μονοπωλίου (έναντι του πλήρους ανταγωνισμού) έχουν αναφερθεί η δυνατότητα αξιοποίησης των οικονομιών κλίμακας αλλά και η αυξημένη δυνατότητα διενέργειας έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης που οδηγεί σε βελτιώσεις της τεχνολογίας



Κρατική πολιτική ελέγχου των μονοπωλίων

Μια λύση που έχει προταθεί ώστε να αποφεύγονται οι δυσμενείς συνέπειες του μονοπωλίου είναι η υποχρέωση τιμολόγησης στα επίπεδα του πλήρους ανταγωνισμού, δηλ. εκεί όπου $P = MC$. Ωστόσο η πολιτική αυτή αντιμετωπίζει ένα σοβαρό πρόβλημα, ειδικά όταν πρόκειται για φυσικό μονοπώλιο. Εξ ορισμού τα φυσικά μονοπώλια έχουν φθίνον μέσο κόστος που σημαίνει ότι το οριακό κόστος είναι μικρότερο από το μέσο κόστος, επομένως και η τιμή θα είναι μικρότερη του μέσου κόστους. Στην περίπτωση αυτή το μονοπώλιο θα πραγματοποιεί ζημίες και θα προτιμήσει μακροχρόνια να εγκαταλείψει τον κλάδο.

Για να αποφευχθεί το πρόβλημα αυτό συνήθως το κράτος επιτρέπει τον ορισμό τιμής ίσης με το μέσο κόστος (όπου περιλαμβάνονται και τα κανονικά κέρδη). Αυτό συνιστά βελτίωση ως προς την αρχική κατάσταση (μη ελεγχόμενου μονοπωλίου) αλλά δεν εξαφανίζονται εντελώς οι δυσμενείς συνέπειες της απουσίας ανταγωνισμού.

10. Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ

Η δομή αγοράς που παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά μονοπωλίου και ορισμένα χαρακτηριστικά ανταγωνισμού ονομάζεται μονοπωλιακός ανταγωνισμός. Τα χαρακτηριστικά του είναι:

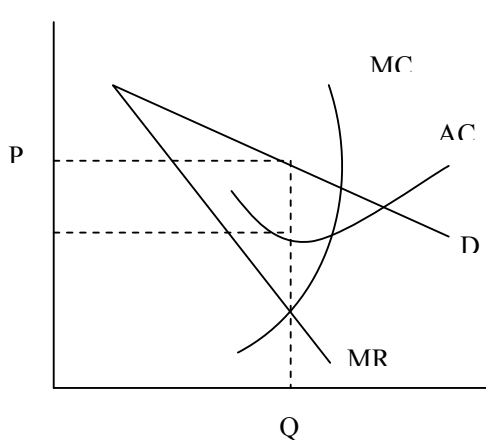
- Υπάρχει μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που ανταγωνίζονται για την ίδια ομάδα πελατών.
- Διαφοροποίηση προϊόντος: κάθε επιχείρηση παράγει ένα προϊόν που είναι (λίγο ή πολύ) διαφορετικό από των άλλων επιχειρήσεων, άρα διαθέτει (περιορισμένη) μονοπωλιακή δύναμη. Έτσι η τιμή δεν θεωρείται ως δεδομένη από την επιχείρηση και η ατομική καμπύλη ζήτησης έχει αρνητική κλίση. Όμως λόγω της ύπαρξης στενών υποκαταστάτων του προϊόντος η ζήτηση χαρακτηρίζεται από υψηλή ελαστικότητα.
- Ελευθερία εισόδου και εξόδου στον κλάδο: έτσι ο αριθμός των επιχειρήσεων μεταβάλλεται μέχρι να μηδενιστούν τα υπερκανονικά κέρδη (επισημαίνεται ότι η έννοια του κλάδου στον Μ.Α. δεν είναι πολύ σαφής, με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατό να κατασκευαστούν καμπύλες αγοραίας προσφοράς και ζήτησης).

Υπάρχουν πολλά αγαθά και υπηρεσίες που οι αγορές τους έχουν τα χαρακτηριστικά του Μ.Α.: βιβλία, CD, εστιατόρια, κινηματογραφικές ταινίες, υπηρεσίες γιατρών, δικηγόρων κ.λ.π.

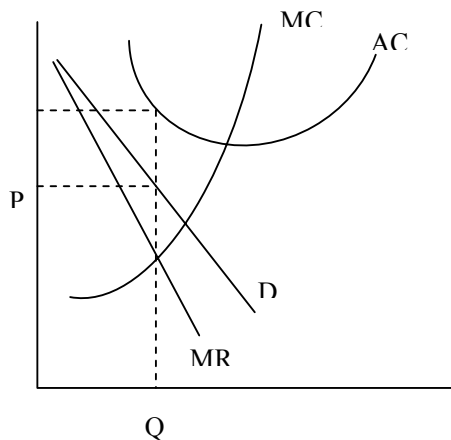
Βραχυχρόνια ισορροπία

Η μονοπωλιακά ανταγωνιστική επιχείρηση ακολουθεί τον ίδιο κανόνα με το μονοπώλιο για την μεγιστοποίηση του κέρδους, δηλ. επιλέγει την ποσότητα που εξισώνει το οριακό έσοδο με το οριακό κόστος και στην συνέχεια χρησιμοποιεί την καμπύλη ζήτησης για να βρει την αντίστοιχη τιμή. Αν η τιμή αυτή είναι υψηλότερη από το μέσο συνολικό κόστος η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη, ενώ αν είναι χαμηλότερη ζημιά.

Άρα η βραχυχρόνια ισορροπία της μονοπωλιακά ανταγωνιστικής επιχείρησης δεν διαφέρει από εκείνη του μονοπωλίου.



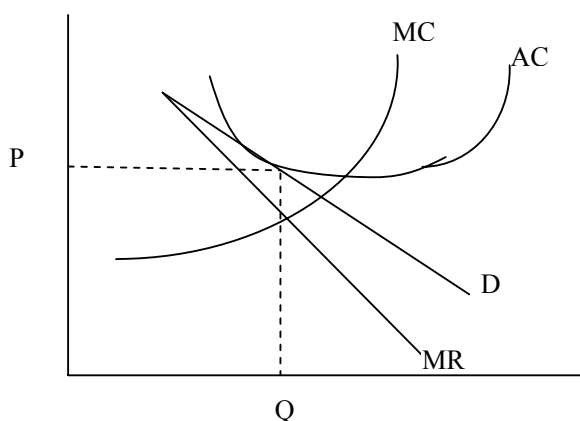
Κέρδος



Ζημία

Μακροχρόνια ισορροπία

Αφού υπάρχει απεριόριστη δυνατότητα εισόδου και εξόδου, τα κέρδη ή οι ζημίες είναι βραχυχρόνιο φαινόμενο. Τα κέρδη ενθαρρύνουν την είσοδο επιχειρήσεων, που αυξάνει τον αριθμό των προϊόντων και μειώνει την ζήτηση που αντιμετωπίζει ήδη η κάθε επιχείρηση, με αποτέλεσμα την μείωση των κερδών (τα αντίστροφα συμβαίνουν όταν πραγματοποιούνται ζημίες). Στην μακροχρόνια ισορροπία η καμπύλη ζήτησης εφάπτεται της καμπύλης μέσου συνολικού κόστους και τα υπερκανονικά κέρδη είναι μηδέν.



Συνοπτικά, σε μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική αγορά:

- Η τιμή είναι μεγαλύτερη από το οριακό κόστος (όπως συμβαίνει και στο μονοπώλιο, λόγω της κατερχόμενης καμπύλης ζήτησης)
- Η τιμή είναι ίση με το μέσο συνολικό κόστος (όπως συμβαίνει στον πλήρη ανταγωνισμό, λόγω ελευθερίας εισόδου – εξόδου)

Σύγκριση μονοπωλιακού με τον πλήρη ανταγωνισμό

- Στον Μ.Α. $P > MC$, δηλ. δεν επιτυγχάνεται η άριστη κατανομή πόρων. Έχει όμως υποστηριχθεί ότι αυτή η προσ αύξηση της τιμής έναντι του οριακού κόστους είναι το αντιστάθμισμα για την διαφοροποίηση του προϊόντος που λειτουργεί υπέρ των καταναλωτών.
- Η τιμή είναι μεγαλύτερη από το ελάχιστο μέσο συνολικό κόστος. Οι επιχειρήσεις έχουν υπερβάλλουσα παραγωγική δυναμικότητα, με την έννοια ότι θα μπορούσαν να αυξήσουν την παραγόμενη ποσότητα μειώνοντας το μέσο κόστος.

Υπεράσπιση της διαφήμισης

- Η διαφήμιση είναι πληροφόρηση. Μέσω της διαφήμισης μεταδίδονται πληροφορίες σχετικά με τις τιμές των προϊόντων, την εμφάνιση νέων προϊόντων και τις τοποθεσίες των σημείων πώλησης.
- Ενισχύει τον ανταγωνισμό. Λόγω της καλύτερης ενημέρωσης η κάθε επιχείρηση έχει λιγότερη δύναμη αγοράς. Επιπλέον δίνει στις νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις ένα μέσο προσέλκυσης πελατών.

Κριτική της διαφήμισης

- Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την διαφήμιση για να χειραγωγήσουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Οι περισσότερες διαφημίσεις έχουν χαρακτήρα ψυχολογικό και όχι πληροφοριακό.
- Η διαφήμιση μειώνει τον ανταγωνισμό. Η διαφήμιση ενισχύοντας τη νομιμοφροσύνη στα εμπορικά σήματα έχει ως αποτέλεσμα να ενδιαφέρονται οι καταναλωτές λιγότερο για τις διαφορές τιμών. Επιπλέον δημιουργούν εμπόδια στην είσοδο νέων επιχειρήσεων, μιας και η νέα επιχείρηση θα πρέπει να διαφημιστεί περισσότερο από τις καθιερωμένες για να προσελκύσει πελατεία.

11. Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΟ

Μια αγορά ονομάζεται ολιγοπωλιακή όταν ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων ελέγχει μεγάλο μέρος της αγοράς. Όμως οι ολιγοπωλιακές αγορές δεν είναι όλες πανομοιότυπες, αλλά διαφέρουν ως προς την δομή τους και επομένως ως προς την συμπεριφορά των επιχειρήσεων. Σε κάποιες ολιγοπωλιακές αγορές το προϊόν είναι ομοιογενές ενώ σε κάποιες άλλες (που είναι η πλειοψηφία) διαφοροποιημένο.

Τα δύο κύρια χαρακτηριστικά που είναι κοινά σε όλες τις ολιγοπωλιακές αγορές είναι:

1. Ύπαρξη εμποδίων εισόδου. Τέτοια είναι η διαφοροποίηση του προϊόντος, το απόλυτο κοστολογικό πλεονέκτημα, οι οικονομίες κλίμακας και γενικότερα η ύπαρξη υψηλού «μη ανακτήσιμο» κόστους (π.χ. δαπάνες για διαφήμιση, για έρευνα - ανάπτυξη κ.λ.π.)
2. Η αλληλεξάρτηση των επιχειρήσεων. Λόγω του μικρού αριθμού επιχειρήσεων η κάθε μια από αυτές πρέπει να λαμβάνει υπόψη της την συμπεριφορά των υπολοίπων. Είναι λοιπόν αδύνατο να προβλεφθεί η επίδραση μιας μεταβολής της τιμής μιας επιχείρησης επί των πωλήσεών της αν δεν γίνουν κάποιες υποθέσεις για τις αντιδράσεις των άλλων επιχειρήσεων. Για αυτόν τον λόγο δεν υπάρχει μια μοναδική γενική θεωρία του ολιγοπωλίου.

Ανταγωνισμός ή συνεννόηση

Υπάρχουν δύο διαφορετικές τάσεις στα ολιγοπώλια:

- Η αλληλεξάρτηση μεταξύ επιχειρήσεων δημιουργεί μια τάση για σύμπραξη μεταξύ τους. Αν καταφέρουν να συνεργαστούν και να ενεργήσουν σαν μονοπώλιο (δηλ. όταν παράγουν μικρότερη ποσότητα και την πωλούν σε τιμή πάνω από το οριακό κόστος) τότε μεγιστοποιούν τα κοινά κέρδη.
- Από την άλλη πλευρά, κάθε ολιγοπωλητής ενδιαφέρεται μόνο για το δικό του κέρδος, και αυτό τον ωθεί στο να ανταγωνίζεται με τους άλλους στην προσπάθεια να ιδιοποιηθεί ένα μεγαλύτερο μέρος από τα κέρδη του κλάδου.

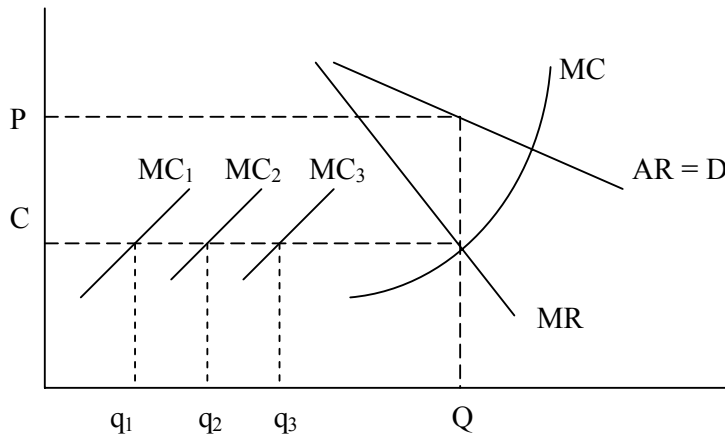
Αυτές οι δύο τάσεις είναι ασυμβίβαστες. Όσο πιο σκληρός ο ανταγωνισμός, τόσο χαμηλότερα είναι τα κέρδη του κλάδου.

Υπόδειγμα συνεννόησης: το καρτέλ

Αν οι επιχειρήσεις ενός ολιγοπωλιακού κλάδου καταφέρουν να συνεννοηθούν μεταξύ τους (π.χ. ως προς την τιμολόγηση, τα μερίδια αγοράς, την διαφήμιση κ.λ.π.), επιτυγχάνουν περιορισμό του ανταγωνισμού και μείωση της αβεβαιότητας, στοιχεία τα οποία μειώνουν τα συνολικά κέρδη του κλάδου.

Μια (τυπική ή άτυπη) συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων για εκμετάλλευση της αγοράς ονομάζεται καρτέλ. Προϋποθέσεις για την δημιουργία ενός καρτέλ είναι η ομοιογένεια του προϊόντος, η ισχυρή αλληλεξάρτηση και η γνώση των συνθηκών ζήτησης.

Το καρτέλ επιτυγχάνει την μεγιστοποίηση των κερδών του όταν ενεργεί σαν μονοπώλιο, δηλ. σαν να ήταν μια επιχείρηση.



Η καμπύλη D είναι η συνολική καμπύλη ζήτησης του κλάδου, στην οποία αντιστοιχεί η καμπύλη οριακού εσόδου MR. Η καμπύλη οριακού κόστους του καρτέλ είναι το οριζόντιο άθροισμα των ατομικών καμπυλών οριακού κόστους των μελών του καρτέλ. Τα κέρδη μεγιστοποιούνται εκεί όπου εξισώνεται το οριακό κόστος με το οριακό έσοδο, και έτσι προσδιορίζεται η κοινή τιμή P.

Από την στιγμή που έχει συμφωνηθεί η τιμή, θα πρέπει να βρεθεί ένας τρόπος να αποφασιστεί πόση ποσότητα θα παράγει η κάθε επιχείρηση. Η ελαχιστοποίηση του συνολικού κόστους που απαιτείται για την μεγιστοποίηση των κερδών οδηγεί στον καθορισμό των ατομικών ποσοτήτων με βάση τον κανόνα εξίσωσης του οριακού κόστους της κάθε επιχείρησης με το οριακό έσοδο. Το πρόβλημα με αυτή τη λύση είναι ότι οι επιχειρήσεις υψηλού κόστους θα πρέπει να συμφωνήσουν να παράγουν μικρές ποσότητες.

Μια άλλη μέθοδος θα ήταν να μοιραστεί η αγορά σε μερίδια με βάση τα μερίδια αγοράς που κατείχαν οι επιχειρήσεις πριν την σύσταση του καρτέλ. Είναι μια λύση που συγκεντρώνει τις περισσότερες πιθανότητες να γίνει κοινά αποδεκτή.

Παρατηρήσεις

Αν και οι επιχειρήσεις ενός ολιγοπωλιακού κλάδου θέλουν να σχηματίσουν καρτέλ συχνά αυτό δεν είναι δυνατό. Υπάρχουν αντιμονοπωλιακοί νόμοι που απαγορεύουν τις συμφωνίες μεταξύ ολιγοπωλιακών επιχειρήσεων. Επιπλέον η επιδίωξη του ατομικού συμφέροντος εκ μέρους των επιχειρήσεων τις ωθεί συχνά στο να αθετούν τις συμφωνίες παρέχοντας μυστικές εκπτώσεις στην προσπάθειά τους να αποσπάσουν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, και αυτό ανατρέπει de facto την συμφωνημένη τιμολογιακή πολιτική.

Θεωρία παιγνίων

Είδαμε πως τα καλύτερο αποτέλεσμα για τις επιχειρήσεις μιας ολιγοπωλιακής αγοράς είναι το αποτέλεσμα του μονοπωλίου, αλλά για να επιτευχθεί απαιτείται συνεργασία, η οποία είναι δύσκολη. Η θεωρία των παιγνίων βοηθά να καταλάβουμε καλύτερα την οικονομική της συνεργασίας.

Θεωρία παιγνίων είναι η μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι επιλέγουν τρόπους ενέργειας σε συνθήκες ανταγωνιστικής αλληλεξάρτησης. Στο ολιγοπώλιο, όταν μια επιχείρηση λαμβάνει κάποιες αποφάσεις για την συμπεριφορά της θα πρέπει να εξετάζει πώς οι αποφάσεις της αυτές επηρεάζουν την συμπεριφορά των άλλων επιχειρήσεων.

Ένα δημοφιλές και σημαντικό παράδειγμα παιγνίου είναι το δίλημμα του φυλακισμένου, που δείχνει τις δυσκολίες που έχει πολλές φορές η διατήρηση της συνεργασίας.

Το δίλημμα του φυλακισμένου είναι η ιστορία δύο εγκληματιών που έχουν συλληφθεί από την αστυνομία. Ας τους ονομάσουμε Ξυνό και Χιωτόπουλο. Η αστυνομία έχει αρκετά στοιχεία για να τους καταδικάσει σε 2 χρόνια φυλάκιση για παράνομη οπλοφορία. Έχει όμως ενδείξεις ότι αυτοί οι δύο έχουν διαπράξει μαζί αρκετές δολοφονίες, χωρίς να διαθέτει επαρκή στοιχεία. Η αστυνομία τους ανακρίνει ξεχωριστά και προτείνει στον καθένα το εξής: «Αν ομολογήσεις και ενοχοποιήσεις τον συνεργό σου σου εγγυόμαστε ότι δεν θα τιμωρηθείς, ενώ ο συνεργός σου θα τιμωρηθεί με ισόβια φυλάκιση. Αν ομολογήσετε και οι δύο ταυτόχρονα, δεν χρειαζόμαστε την μαρτυρία σου και θα τιμωρηθείτε και οι δύο με 30 χρόνια φυλάκιση». Οι επιλογές τους δίνονται παρακάτω:

		Απόφαση του Ξυνού	
		ομολογεί	δεν ομολογεί
Απόφαση του Χιωτόπουλου	ομολογεί	30 χρόνια φυλακή	ισόβια
	δεν ομολογεί	ελεύθερος	2 χρόνια φυλακή

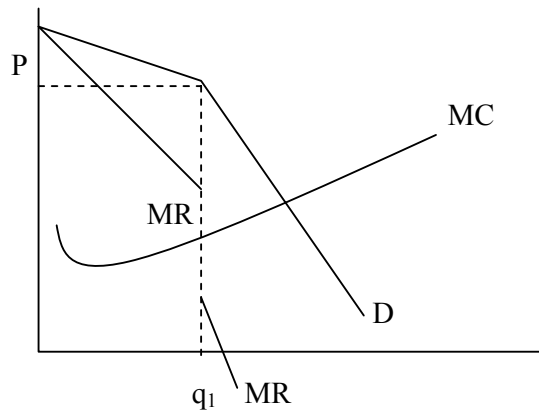
Κυρίαρχη στρατηγική ονομάζεται μια στρατηγική αν είναι η καλύτερη που μπορεί να ακολουθήσει ο ένας παίκτης ανεξάρτητα από την στρατηγική του άλλου. Στην περίπτωσή μας η κυρίαρχη στρατηγική οποιουδήποτε από τους 2 είναι η ομολογία. Αν όμως και οι 2 είχαν κρατήσει το στόμα τους κλειστό, θα ήταν και οι 2 σε καλύτερη κατάσταση.

Η διατήρηση της συνεργασίας είναι δύσκολη. Ακόμη και αν οι 2 εγκληματίες είχαν συμφωνήσει να μην ομολογήσουν αν ποτέ συλληφθούν, από την στιγμή που ανακρίνονται ξεχωριστά η λογική του ατομικού συμφέροντος κυριαρχεί και τους πείθει να ομολογήσουν.

Υπόδειγμα χωρίς συνεννόηση: η καμπτόμενη καμπύλη ζήτησης

Το υπόδειγμα αυτό στηρίζεται στην υπόθεση ότι αν η επιχείρηση μειώσει την τιμή, θα την ακολουθήσουν οι άλλες επιχειρήσεις του κλάδου (με αποτέλεσμα μικρή αύξηση των πωλήσεων), ενώ αν την αυξήσει καμία άλλη επιχείρηση δεν θα την ακολουθήσει (οπότε θα υποστεί μεγάλη μείωση των πωλήσεων). Συνέπεια αυτής της αλλαγής της κλίσης της καμπύλης ζήτησης είναι να υπάρχει ασυνέχεια στην καμπύλη οριακού εσόδου.

Το υπόδειγμα αυτό παρέχει μια εξήγηση της δυσκαμψίας που παρατηρείται στις τιμές των ολιγοπωλιακών αγορών. Αν η καμπύλη οριακού κόστους μετακινηθεί στο ασυνεχές τμήμα της καμπύλης οριακού εσόδου η τιμή που μεγιστοποιεί τα κέρδη της επιχείρησης δεν μεταβάλλεται.



Τα μειονεκτήματα του υποδείγματος αυτού είναι ότι δεν εξηγεί το πώς έχει διαμορφωθεί η τρέχουσα τιμή, και ότι δεν λαμβάνει υπόψη την πιθανότητα συνεννόησης των επιχειρήσεων.

Αξιολόγηση του ολιγοπωλίου

Το αν η ολιγοπωλιακή συμπεριφορά συνιστά μείωση της κοινωνικής ευημερίας εξαρτάται από το είδος του ολιγοπωλίου και από τον βαθμό ανταγωνισμού που επικρατεί σε αυτό. Επίσης εξαρτάται από την ύπαρξη οικονομιών κλίμακας, από τον βαθμό διαφοροποίησης του προϊόντος, από το τι ποσοστό από τα ολιγοπωλιακά κέρδη κατευθύνεται σε δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη και από το πόσο διεκδικήσιμη είναι η αγορά.