

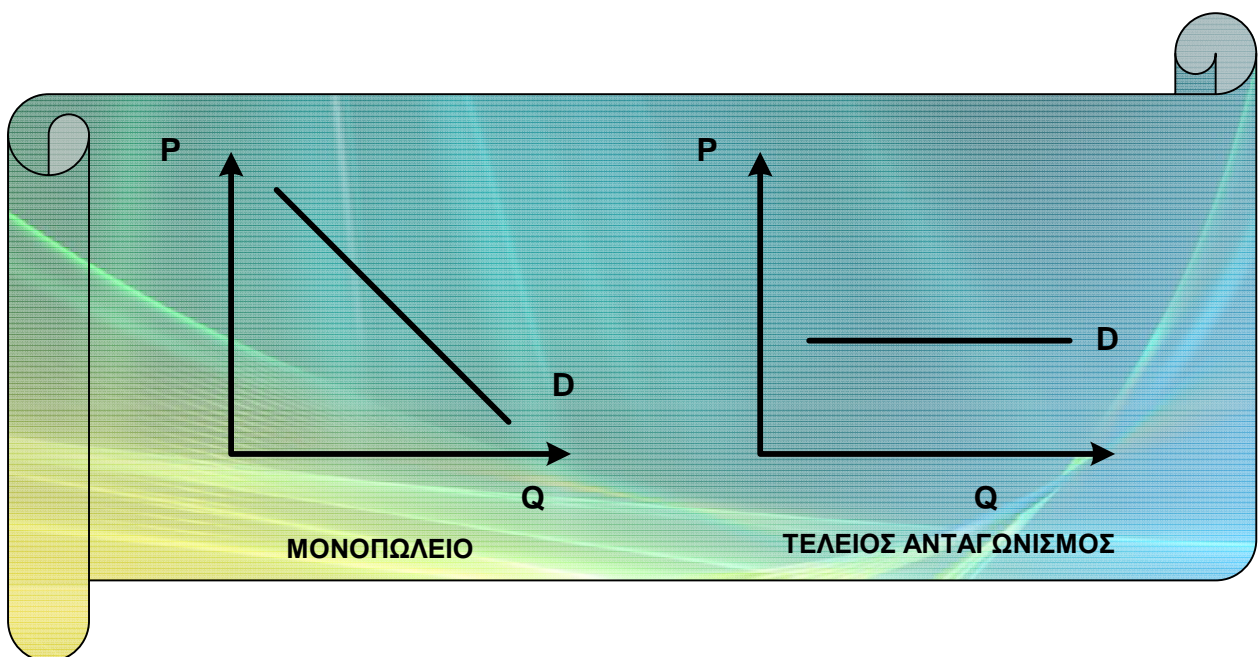
ΤΕΙ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: « ΤΕΛΕΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ & ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ »



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:
ΣΤΑΜΙΔΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ
ΒΑΛΛΙΑΝΑΤΟΥ ΓΕΡΑΣΙΜΟΥΛΑ



ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΑΓΟΡΑ

1.1 Έννοια της Αγοράς.....	6
1.2 Μορφές της Αγοράς.....	7
1.3 Στρεβλώσεις της Αγοράς.....	9
1.4 Λόγοι Αποτυχίας της Αγοράς.....	11
1.5 Πότε πρέπει να παρεμβαίνει η Κυβέρνηση.....	13
1.6 Ποιες είναι οι Κρατικές παρεμβάσεις.....	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΕΛΕΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

2.1 Ορισμός.....	16
2.2 Χαρακτηριστικά Γνωρίσματα.....	16
2.3 Βραχυχρόνια Ισορροπία της Επιχείρησης.....	18
2.4 Βραχυχρόνια Ισορροπία Αγοράς.....	23
2.5 Βραχυχρόνια Καμπύλη προσφοράς της Επιχείρησης & του Κλάδου.....	25
2.6 Βραχυχρόνια συνάρτηση ζήτησης εργασίας σε συνθήκες Πλήρους Ανταγωνισμού.....	29

2.7 Βραχυχρόνια συνολική καμπύλη ζήτησης εργασίας.....	32
2.8 Μακροχρόνια Ισορροπία Επιχείρησης.....	33
2.9 Μακροχρόνια Ισορροπία Αγοράς.....	36
2.10 Μακροχρόνια Καμπύλη προσφοράς ενός κλάδου.....	39
2.11 Μακροχρόνια συνάρτηση της Εργασίας σε συνθήκες Πλήρους Ανταγωνισμού.....	46
2.12 Συνολική μακροχρόνια καμπύλη ζήτησης της Εργασίας σε συνθήκες Πλήρους Ανταγωνισμού.....	48
2.13 Ο εφαρμοσμένος Ανταγωνισμός.....	49
2.14 Ατελής Ανταγωνισμός.....	50
2.15 Προσδιορισμός του εργατικού μισθού σε ατελείς συνθήκες Ανταγωνισμού.....	50
2.16 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Ανταγωνισμού.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ

3.1 Ορισμός.....	55
3.2 Χαρακτηριστικά Γνωρίσματα.....	55
3.3 Αιτίες που οδηγούν στην δημιουργία Μονοπωλίου.....	56
3.4 Μονοπώλια & Μονοπωλιακή δύναμη.....	57
3.5 Η ζήτηση & τα Έσοδα.....	59
3.6 Το κόστος.....	61
3.7 Βραχυχρόνια Ισορροπία της Μονοπωλιακής Επιχείρησης....	62
3.8 Τιμολογιακές διακρίσεις Μονοπωλίου (Διαφορισμός Τιμών).....	68
3.9 Βραχυχρόνια Προσφορά	72

3.10 Μονοπώλιο με πολλές εγκαταστάσεις.....	73
3.11 Μακροχρόνια Ισορροπία της Μονοπωλιακής Επιχείρησης..	76
3.12 Διμερές Μονοπώλιο.....	79
3.13 Διμερές μονοπώλιο στην αγορά εργασίας.....	81
3.14 Φυσικό Μονοπώλιο ελεγχόμενο από το Κράτος.....	82
3.15 Μονοπώλιο στην Αγορά Εργασίας.....	84
3.16 Περιπτώσεις Μονοπωλίου στην Ελληνική πραγματικότητα.	85
3.17 Η διαμόρφωση του σύγχρονου Μονοπωλιακού Καπιταλισμού- Απόψεις που έχουν καταγραφεί.....	87

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΕΛΕΙΟΥ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ & ΜΟΝΟΠΩΛΙΟΥ

4.1 Βασικές διαφορές μεταξύ μονοπωλίου & Ανταγωνιστικής Επιχείρησης.....	90
4.2 Μονοπώλιο Πλήρης Ανταγωνισμός & κοινωνική ευημερία...	94
4.3 Κέρδος Πλήρης Ανταγωνισμός & Μονοπώλιο.....	97
4.4 Ο αντίκτυπος του Ανταγωνισμού στην Εταιρική Απόδοση...	98
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	100
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	104

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Είναι γνωστό πως βιώνουμε μια περίοδο όπου ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων είναι σκληρός και κάποιες φορές ίσως αθέμιτος. Κάθε επιχείρηση στην αγορά επιδιώκει την επίτευξη των στόχων της με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Η παρακάτω εργασία αποτελεί μια προσπάθεια, μέσω του θεσμού της πτυχιακής εργασίας, παράθεσης ορισμένων στοιχείων του πλήρους ανταγωνισμού και του μονοπωλίου, που είναι ενδεικτικά για το πώς λειτουργούν οι δύο μορφές αγοράς στην οικονομία, αλλά και την κοινωνία μας.

Στόχος της εργασίας αυτής είναι να κάνει μια λεπτομερή ανάπτυξη των δύο πιο διαφορετικών μορφών αγοράς, του τέλειου ανταγωνισμού και του μονοπωλίου καθώς και την μεταξύ τους σύγκριση.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία εξετάζουμε το θέμα «Πλήρης Ανταγωνισμός και Μονοπώλιο». Η εργασία αυτή χωρίζεται σε τέσσερα βασικά μέρη.

Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει το πρώτο κεφάλαιο στο οποίο γίνεται αναφορά στην έννοια της αγοράς και στις τέσσερις μορφές στις οποίες διακρίνεται, καθώς και συνοπτική αναφορά στην αγορά γενικότερα.

Το δεύτερο μέρος συγκροτείται από το κεφάλαιο που αφορά στον πλήρη ανταγωνισμό, όπου παραθέτουμε λεπτομερή ανάπτυξη αυτής της μορφής αγοράς με παραδείγματα και διαγράμματα.

Στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας μας αναλύουμε το μονοπώλιο, τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα, το σημείο στο οποίο ισορροπεί, παραθέτουμε απόψεις που έχουν καταγραφεί, καθώς επίσης γίνεται συσχέτιση με την κοινωνική κατάσταση της χώρας μας.

Τέλος παρουσιάζουμε κάποια θετικά και αρνητικά στοιχεία των δύο ακραίων μορφών αγοράς σε μια προσπάθεια σύγκρισής τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΑΓΟΡΑ

1.1 Έννοια Αγοράς

Την έννοια της αγοράς την αντιλαμβάνονται διαφορετικά τα διάφορα οικονομούντα άτομα μιας κοινωνίας. Για την νοικοκυρά, η αγορά σημαίνει ο χώρος όπου πηγαίνει για ψώνια (κεντρική αγορά, η λαϊκή αγορά, η αγορά της γειτονιάς κ.λ.π.). Για τον καταστηματάρχη σημαίνει το σημείο που πηγαίνει για να προμηθευτεί τα εμπορεύματα του.

Η λέξη αγορά προέρχεται από τους αρχαίους Έλληνες και σημαίνει ο χώρος που έκαναν τις συναλλαγές τους. Σήμερα η λέξη αγορά μπορεί να σημαίνει γεωγραφικό χώρο, κοινωνική ομάδα κ.λ.π.

Η έννοια της αγοράς είναι στενά συνδεδεμένη με την έννοια της ζήτησης και της ικανοποίησης των αναγκών του καταναλωτή, γι' αυτό και είναι ένα σύνολο από καταναλωτές. Οι καταναλωτές όμως, διαφέρουν μεταξύ τους σε πολλά χαρακτηριστικά σημεία και είναι διεσπαρμένοι σε διαφορετικούς γεωργικούς τόπους με πολλές ιδιαιτερότητες.

Επίσης η αγορά είναι ένα σύνολο αγοραστών με ανικανοποίητες ανάγκες που έχουν τόσο την δυνατότητα όσο και την αποφασιστικότητα να τις ικανοποιήσουν. Με βάση αυτή την περιγραφή της εννοίας, για να υπάρχει αγορά θα πρέπει να πληρούνται και οι εξής τρεις προϋποθέσεις:

- Να υπάρχουν ανάγκες (σε ευρεία έννοια πάντοτε για να συμπεριλαμβάνονται και οι επιθυμίες).
- Οι αγοραστές να έχουν τη δυνατότητα ικανοποίησης αυτών των αναγκών (δηλ. τους οικονομικούς πόρους, τα εισοδήματα, τα χρήματα).
- Οι αγοραστές θα θέλουν να είναι αποφασισμένοι, να επιδιώκουν την ικανοποίηση των αναγκών τους.

Όσο αυξάνονται οι ανάγκες, οι δυνατότητες και η αποφασιστικότητα, τόσο αυξάνεται το μέγεθος της αγοράς. Οι ανάγκες αυξάνονται όταν αυξάνεται: α) ο αριθμός των αγοραστών, β) όταν αυξάνονται αυτές οι ίδιες οι ανάγκες, γ) ή και αυτό που είναι το πιο συνηθισμένο, όταν αυξάνονται και τα δυο. Οι δυνατότητες ικανοποίησης των

αναγκών αυξάνονται όταν αυξάνεται το εισόδημα των αγοραστών. Τέλος η αποφασιστικότητα αυξάνεται όταν αυξάνεται η ροπή για την δαπάνη του εισοδήματος. Το μέγεθος της αγοράς επηρεάζει όχι μόνο το μέγεθος της παραγωγής αλλά και το κόστος παραγωγής.

Η αγορά δεν είναι ομοιογενής, απαρτίζεται από τμήματα που μας οδηγούν σε καλύτερη εκμετάλλευση των ευκαιριών της, έτσι έχουμε τμηματοποίηση της αγοράς σε ομοιογενή τμήματα πελατών, που το καθένα αντιμετωπίζεται σαν μια ιδιαίτερη, μικρότερη αγορά, όπου πρέπει να καθοριστεί το μέγεθος, η τοποθεσία, η δομή και τα χαρακτηριστικά της αγοράς- στόχου μιας επιχείρησης¹.

1.2 Μορφές της Αγοράς

Οι συνθήκες που επικρατούν στην αγορά διαφέρουν ανάλογα με το βαθμό που οι αγοραστές και οι πωλητές μπορούν να επηρεάσουν τις τιμές των αγαθών. Ο βαθμός αυτός εξαρτάται από δυο βασικούς παράγοντες:

- Από τον αριθμό των πωλητών και αγοραστών στην αγορά. Όσο περισσότεροι είναι οι αγοραστές ή οι πωλητές στην αγορά τόσο οι προσπάθειες τους για να επηρεάσουν τις τιμές δεν μπορούν να είναι αποτελεσματικές. Αντίθετα όταν οι αγοραστές ή οι πωλητές είναι λίγοι, τότε έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες να επηρεάσουν τις τιμές στην αγορά.
- Ο βαθμός ομοιογένειας του προϊόντος. Όταν επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου παράγουν περίπου τα ίδια προϊόντα, από την άποψη ποιότητας, και χαρακτηριστικών, τότε δεν έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν τις τιμές των προϊόντων στην αγορά. Αντίθετα όταν τα προϊόντα που παράγουν οι επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου διαφέρουν τότε οι δυνατότητες για να επηρεαστούν οι τιμές του προϊόντος στην αγορά αυξάνονται.

Έτσι με βάση τους παραπάνω δυο παράγοντες και χρησιμοποιώντας το κριτήριο της ελεύθερης ή μη εισόδου – εξόδου στην αγορά, μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής μορφές αγοράς:

- **Πλήρης Ανταγωνισμός:** Υπάρχει μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στην αγορά όπου προσφέρουν στους καταναλωτές ένα ομοιογενές προϊόν. Ομοιογενές είναι εκείνο το προϊόν που έχει τα ίδια ακριβώς χαρακτηριστικά, ανεξάρτητα από την επιχείρηση που το προσφέρει. Η τιμή

του προϊόντος διαμορφώνεται έτσι ώστε να καλύπτεται το κόστος παραγωγής του προϊόντος, ενώ δεν υπάρχουν περιθώρια κέρδους για τις επιχειρήσεις. Αν κάποια από αυτές αυξήσει την τιμή του προϊόντος της, τότε απλά όλοι θα στραφούν στα (ίδια ακριβώς) προϊόντα των ανταγωνιστών της. Παράλληλα, ο μεγάλος αριθμός των επιχειρηματιών στην αγορά δεν επιτρέπει τη μεταξύ τους συνεννόηση ώστε από κοινού να αυξήσουν την τιμή¹.

- **Ολιγοπώλιο:** Μικρός αριθμός επιχειρήσεων προσφέρει ένα προϊόν που διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση σε ορισμένα χαρακτηριστικά του αλλά κατά βάση ικανοποιεί τις ίδιες ανάγκες των καταναλωτών. Η διαφοροποίηση κάποιων χαρακτηριστικών του προϊόντος ουσιαστικά το κάνει να ξεχωρίζει από τα ανταγωνιστικά προϊόντα. Κάποιοι από τους καταναλωτές μάλιστα το προτιμούν γι' αυτά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και είναι διατεθειμένοι ακόμη και να πληρώσουν μια μεγαλύτερη τιμή για να το αποκτήσουν. Ως αποτέλεσμα, οι επιχειρήσεις μπορούν να διαθέσουν το προϊόν τους σε διαφορετική τιμή. Κάτι τέτοιο είναι δυνατόν να τους εξασφαλίσει σημαντικά κέρδη. Η αύξηση της τιμής του προϊόντος όμως δεν μπορεί να είναι υπερβολική. Αν συμβεί κάτι τέτοιο, είναι πιθανόν ακόμη και οι καταναλωτές που προτιμούν το προϊόν για τα διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά του να στραφούν στα άλλα παρόμοια προϊόντα. Οι τύποι του ολιγοπωλίου είναι οι ακόλουθοι: α) Ολιγοπώλιο που βασίζεται στην καινοτομία, β) Ωριμο ολιγοπώλιο, γ) Παρωχημένο Ολιγοπώλιο².
- **Μονοπώλιο:** Μία επιχείρηση που προσφέρει στην αγορά ένα προϊόν, το οποίο κανείς άλλος δεν μπορεί να παραγάγει και να διαθέσει στην αγορά. Ουσιαστικά, οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν το συγκεκριμένο προϊόν μόνο από τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Γι' αυτό το λόγο, η τελευταία μπορεί να ορίσει την τιμή σε όποιο επίπεδο θέλει ή καλύτερα στο υψηλότερο δυνατό επίπεδο που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι καταναλωτές. Είναι προφανές πως στην περίπτωση μιας μονοπωλιακής αγοράς η επιχείρηση βρίσκεται στην καλύτερη θέση από άποψη κερδών. Τα κέρδη της επιχείρησης είναι τα μεγαλύτερα δυνατά⁴.

- **Μονοπωλιακός ανταγωνισμός:** Υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που πουλούν προϊόντα τα οποία είναι στενά υποκατάστατα αλλά όχι τέλεια υποκατάστατα μεταξύ τους. Στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό συνυπάρχουν χαρακτηριστικά κυρίως του τέλειου ανταγωνισμού(ελεύθερη είσοδος έξοδος, πολλές επιχειρήσεις) αλλά και του μονοπωλίου (αδιαφορισμός προϊόντος που επιτρέπει την μονοπώληση της αγοράς στο βραχυχρόνιο διάστημα). Ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός και ο τέλειος ανταγωνισμός μοιάζουν στο ότι τα κέρδη των επιχειρήσεων είναι μηδέν, επειδή υπάρχει ελευθερία εισόδου και εξόδου των επιχειρήσεων και των ανταγωνιστικών τιμών. Στον μονοπωλιακό ανταγωνισμό σημαντικό ρόλο παίζει η διαφήμιση για την προώθηση ή διαφοροποίηση των προϊόντων της επιχείρησης για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Όλες οι επιχειρήσεις κάνουν διαφήμιση και επομένως μπορεί η συνολική ζήτηση για το διαφοροποιημένο προϊόν να αυξηθεί, δηλαδή να αυξηθεί η ζήτηση κάθε εταιρείας χωρίς να μειώνεται η ζήτηση των ανταγωνιστών της.¹

1.3 Στρεβλώσεις της Αγοράς

Προϋποθέσεις σωστής λειτουργίας της Αγοράς:

Σε συνθήκες τέλειας αγοράς η οικονομία αξιοποιεί πλήρως τις παραγωγικές της δυνατότητες. Για την ύπαρξη τέλειας αγοράς πρέπει να ισχύουν τα παρακάτω:

- Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που προσφέρουν ένα αγαθό, καμιά επιχείρηση δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή του αγαθού.
- Το αγαθό αυτό είναι ομοιογενές, η τιμή είναι ενιαία για όλες τις επιχειρήσεις.
- Υπάρχει πλήρης πληροφόρηση στους καταναλωτές, δίνεται η δυνατότητα εκτίμησης της χρησιμότητας του αγαθού.
- Υπάρχει δυνατότητα εισόδου νέων επιχειρήσεων που παράγουν το ίδιο αγαθό, η τεχνολογία παραγωγής είναι γνωστή και εύκολα προσβάσιμη.

Βασική ένδειξη στρέβλωσης της αγοράς:

Ο μηχανισμός της αγοράς στηρίζεται στις τιμές: Το σήμα επικοινωνίας παραγωγών-καταναλωτών.

- Αν η τιμή είναι χαμηλή: Το ύψος παραγωγής και κατανάλωσης θα είναι υψηλό (Σπατάλη πόρων που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν με άλλο τρόπο ή από μελλοντικές γενιές).
- Αν η τιμή είναι υψηλή: Το ύψος παραγωγής και κατανάλωσης θα είναι χαμηλό (Ορισμένοι καταναλωτές στερούνται τις αναγκαίες για την ευημερία τους ποσότητες αγαθών).

Μορφές ατέλειας της Αγοράς:

- Στρεβλώσεις του μηχανισμού της αγοράς:
 1. **Η δομή της αγοράς** (μονοπωλιακές καταστάσεις, κλειστά επαγγέλματα κλπ.)
 2. **Κρατικές παρεμβάσεις** (έλεγχος τιμών, επιδοτήσεις, φόροι)
- Ανεπάρκεια-ανυπαρξία του μηχανισμού της αγοράς:
 1. **Απουσία δικαιωμάτων ιδιοκτησίας** (ελεύθερη -χωρίς αντίτιμο- πρόσβαση σε αγαθά)
 2. **Εξωτερικές οικονομίες** (αλληλεπίδραση οικονομικών μονάδων - επιχειρήσεις, νοικοκυριά- έξω από το μηχανισμό της αγοράς)

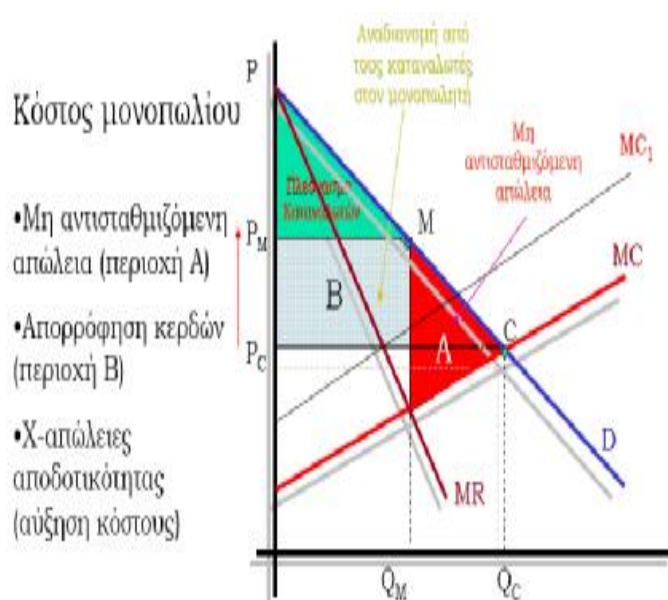
Οι ατέλειες της αγοράς δημιουργούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα προκύπτουν κυρίως από την ανεπάρκεια ή ανυπαρξία του μηχανισμού της αγοράς³.

Οι συνέπειες των ατελειών:

- **Με την μη αποτελεσματική κατανομή των πόρων μεταξύ των μελών της σημερινής γενιάς (intra-generational)** δεν μεγιστοποιείται το συνολικό κοινωνικό όφελος που δημιουργείται σήμερα (δεν αξιοποιούνται πλήρως οι παραγωγικές δυνατότητες της οικονομίας) και ζημιώνονται οι καταναλωτές ή οι παραγωγοί ή και οι δύο.
- **Με την μη αποτελεσματική κατανομή των πόρων μεταξύ διαφορετικών γενιών (inter-generational)** δεν μεγιστοποιείται η παρούσα αξία του συνολικού κοινωνικού οφέλους που προκύπτει από σήμερα μέχρι το χρόνο t, ζημιώνονται συνήθως οι επόμενες γενιές και υπονομεύεται η αιεφορία του συστήματος³.

1.4 Λόγοι αποτυχίας της Αγοράς

1. Ατελής Ανταγωνισμός:



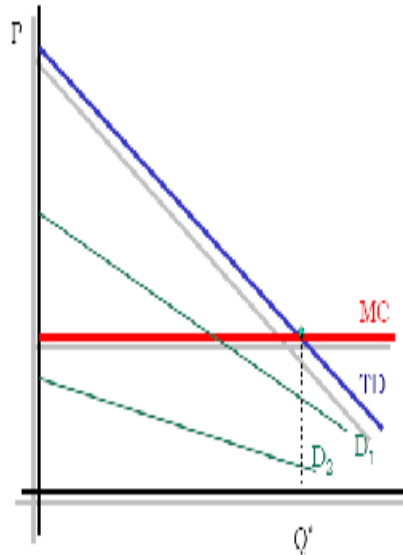
Πηγη: www.aueb.gr

2. Δημοσιά Αγαθά:

Τα δημόσια αγαθά έχουν δυο σημαντικές ιδιότητες: α) δεν αυξάνεται το κόστος παραγωγής, αν ένα επιπλέον άτομο καταναλώσει το αγαθό και β) είναι αδύνατον να αποκλειστεί κάποιο άτομο από την κατανάλωση του αγαθού. Η αγορά είτε αποτυγχάνει να προσφέρει αυτά τα αγαθά είτε τα προσφέρει σε ανεπαρκείς ποσότητες. Παράδειγμα τέτοιων αγορών είναι η εθνική άμυνα, η δημόσια ασφάλεια κ.α.

Σε αυτές τις περιπτώσεις κρίνεται αναγκαία η παρέμβαση του κράτους στην αγορά. Ο μηχανισμός αποκάλυψης των προτιμήσεων των καταναλωτών για το βαθμό και το περιεχόμενο της κρατικής παρέμβασης γίνεται μέσω της ψηφοφορίας⁵.

- Τα δημόσια αγαθά είναι μη ανταγωνιστικά στην χρήση και κανείς δεν μπορεί να αποκλειστεί
- Ως εκ τούτου η συνολική ζήτηση είναι το κάθετο άθροισμα των ατομικών καμπυλών ζήτησης
- Πώς θα γίνει η τιμολόγηση του δημόσιου αγαθού;

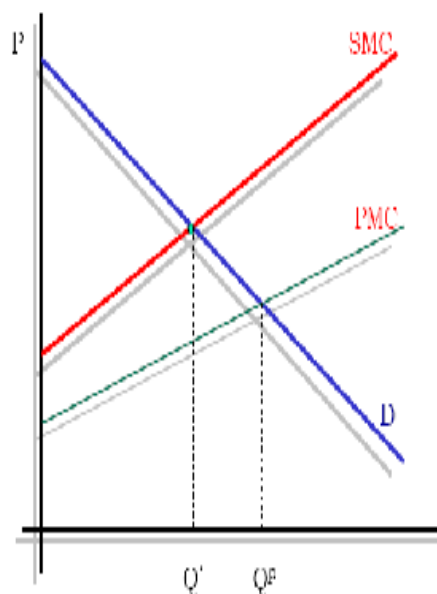


Πηγή: www.aueb.gr

3. Εσωτερικότητες:

Εξωτερικές οικονομίες δημιουργούνται, όταν η συμπεριφορά ενός ατόμου ή μιας επιχείρησης προκαλεί κέρδος ή ζημιά σε κάποιον τρίτο (επιχείρηση ή άτομο), χωρίς όμως, να υπάρχει μηχανισμός της αγοράς που θα εσωτερικεύσει τις συνέπειες αυτές μέσω των τιμών. Κλασικό παράδειγμα είναι η μόλυνση του περιβάλλοντος⁵.

- Οι ενέργειες ενός ατόμου επηρεάζουν άλλα άτομα (θετικά ή αρνητικά)
- Τα άτομα αποφασίζουν βασισμένα στο ιδιωτικό και όχι το κοινωνικό κόστος



Πηγή: www.aueb.gr

4. Ατελής πληροφόρηση:

Υπάρχουν περιπτώσεις αγορών στις οποίες δεν υπάρχει τέλεια πληροφόρηση για την ποιότητα του προϊόντος (π.χ. οι αγορές ασφαλιστικών υπηρεσιών). Έτσι, ο μηχανισμός της αγοράς μέσω της διαμόρφωσης των τιμών αποτυγχάνει να καταναίμει αποτελεσματικά τους πόρους.

- Λάθη (τα άτομα παίρνουν λάθος αποφάσεις)
- Στρατηγική συμπεριφορά (τα άτομα αποδίδουν αναποτελεσματικά προσπαθώντας να επωφεληθούν από την ασυμμετρία στην πληροφόρηση)
- Η ασυμμετρία στην πληροφόρηση δημιουργεί:
 - Λάθος επιλογή (adverse selection) [απόκρυψη των χαρακτηριστικών ενός ατόμου]
 - Ηθικούς κινδύνους (moral hazard) [απόκρυψη των δράσεων ενός ατόμου]⁵.

1.5 Πότε πρέπει να παρεμβαίνει η Κυβέρνηση

Η αποτυχία της αγοράς καθιστά αναγκαία την πολιτική ανταγωνισμού. Πότε όμως χρειάζεται παρέμβαση; Θα πρέπει να επισημανθεί ότι σε περιπτώσεις όπως οι παρακάτω δεν χρειάζεται παρέμβαση:

- Περιπτώσεις δυνητικού ανταγωνισμού
- Περιπτώσεις Έρευνας και Ανάπτυξης (E&A)
- Πίεση από τον διεθνή ανταγωνισμό αν το εμπόριο είναι ελεύθερο (όμως κάποιες υπηρεσίες είναι χωρικά εξειδικευμένες, το μεταφορικό κόστος υψηλό και υπάρχουν ειδικοί κανόνες τυποποίησης).

Οι στόχοι για τους οποίους γίνονται οι Κυβερνητικές παρεμβάσεις είναι: η διάχυση της οικονομικής δύναμης, η προστασία της οικονομικής ελευθερίας των ανταγωνιστών, και αύξηση της κοινωνικής ευημερίας (αποδοτικότητα και κατανομή).

Οι κυβερνητικές παρεμβάσεις πρέπει να γίνονται με βάση συγκεκριμένα κριτήρια και ανάλογα να παίρνουν συγκεκριμένες μορφές.

1. **χαρακτηριστικά δομής αγοράς** (μερίδιο αγοράς, βαθμός συγκέντρωσης, εμπόδια εισόδου, κ.λ.π.)

- διάσπαση υπερσυγκεντρωτικών αγορών
- “ξέπλεγμα” της δομής της επιχείρησης
- έλεγχος συγκεντρώσεων επιχειρήσεων
- αναγκαστικές άδειες

2. θέματα συμπεριφοράς (δέσμευση πωλήσεων, διακρίσεις ως προς τους καταναλωτές και άλλους παραγωγούς)

- απαγόρευση τέτοιων συμπεριφορών

3. αποδοτικότητα

Η παρέμβαση εξαρτάται από τα αποτελέσματα των αγορών (ανταγωνιστικότητα ή συνεργασία)⁵.

1.6 Ποιες είναι οι Κρατικές παρεμβάσεις.

Έλεγχος τιμών & δραστηριοτήτων

Έλεγχος ή καθορισμός τιμών:

- α.) για λόγους προστασίας των καταναλωτών (συνθήκες μονοπωλίων ή ολιγοπωλίων ή/και προϊόντα πρώτης ανάγκης και χωρίς υποκατάστατα)
- β.) για λόγους ελέγχου του πληθωρισμού

Θέσπιση ορίων ως προς το ύψος της δραστηριότητας ή η πλήρης απαγόρευση της: για λόγους χωροταξικής και περιβαλλοντικής πολιτικής.

Φόροι & επιδοτήσεις

Φόροι: μετατόπιση καμπύλης προσφοράς προς τα άνω

- για την ανακατανομή του εισοδήματος
- για λόγους δημοσιονομικής πολιτικής
- για λόγους περιβαλλοντικής πολιτικής (πράσινοι φόροι)

Επιδότηση/επιχορήγηση παραγωγών: μετατόπιση καμπύλης προσφοράς προς τα κάτω

- για την ενίσχυση κάποιας παραγωγικής δραστηριότητας
- για την ενίσχυση συγκεκριμένων δράσεων ή γεωγραφικών
- περιφερειών

Επιδότηση/επιχορήγηση καταναλωτών: φαινομενική μείωση τιμής

- για ενίσχυση συγκεκριμένων προϊόντων-τεχνολογιών (π.χ. διείδυση φυσικού αερίου)⁶.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΕΛΕΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

2.1 Ορισμός

Ως τέλειος ανταγωνισμός χαρακτηρίζεται η αγορά η οποία είναι εντελώς απρόσωπη. Στην αγορά αυτή απουσιάζει οποιοσδήποτε άμεσος ανταγωνισμός μεταξύ των οικονομικών μονάδων διότι ούτε οι πωλητές ούτε οι αγοραστές αναγνωρίζουν την ύπαρξη ανταγωνισμού ⁷.

2.2 Χαρακτηριστικά Γνωρίσματα

- **Δεδομένες τιμές αγοραστών & πωλητών:** Σε μια τελείως ανταγωνιστική αγορά η τιμή είναι δεδομένη για τους αγοραστές και τους πωλητές. Καμία οικονομική μονάδα δεν μπορεί να την επηρεάσει, όταν αποφασίζει το επίπεδο της παραγωγής ή της κατανάλωσης. Η υπόθεση αυτή δεν είναι τόσο το αποτέλεσμα του μεγάλου αριθμού αγοραστών και πωλητών που σημαίνει ότι η συμμετοχή τους είναι μικρή στην αγορά και δεν μπορούν επομένως να επηρεάσουν την τιμή, όσο μάλλον της συμπεριφοράς του καθενός που θεωρεί την τιμή ως δεδομένη.⁷
- **Ομοιογενή προϊόντα:** Το προϊόν κάθε πωλητή πρέπει να είναι ομοιογενές για να μη μπορεί να αναγνωρισθεί ως διαφορετικό από το προϊόν του κάθε άλλου. Επομένως οι αγοραστές δεν έχουν κανένα λόγο να προτιμήσουν το προϊόν του ενός παραγωγού από το προϊόν ενός άλλου. Οποιαδήποτε διαφοροποίηση του προϊόντος είναι ασυμβίβαστη με τον τέλειο ανταγωνισμό.⁷
- **Ελευθερία εισόδου και εξόδου των επιχειρήσεων:** Δεν υπάρχει κανένας περιορισμός όσον αφορά την ελευθερία εισόδου και εξόδου κάθε επιχειρήσεως από την παραγωγική διαδικασία. Αν υπήρχαν εμπόδια στην είσοδο, ο αριθμός των επιχειρήσεων μπορεί να είχε περιορισθεί και μια από αυτές τις επιχειρήσεις μπορεί να αποκτούσε δύναμη για να ελέγχει την τιμή του προϊόντος.⁷
- **Μεγιστοποίηση των κερδών:** Οι επιχειρήσεις επιδιώκουν τη μεγιστοποίηση των κερδών. Αναμφίβολα δεν επιδιώκουν όλες οι

επιχειρήσεις σε κάθε περίπτωση τη μεγιστοποίηση των κερδών τους. Πραγματικά μπορεί να επιδιώκουν πολλαπλούς στόχους π.χ. μεγιστοποίηση των πωλήσεων, υψηλό ρυθμό μεγεθύνσεως της επιχειρήσεως, μεγιστοποίηση της συμμετοχής της στην αγορά, κ.λ.π. Εντούτοις μια επιχείρηση δεν μπορεί να επιζήσει αν δεν υπάρχουν κέρδη. Επίσης υποστηρίζεται από οικονομολόγους ότι και οι άλλες επιδιώξεις τελικά οδηγούν στη μεγιστοποίηση των κερδών.⁷

Παρά τις πολλές και σημαντικές επικρίσεις που διατυπώθηκαν στην οικονομική επιστήμη αναφορικά με το αν η υπόθεση της μεγιστοποίησης των κερδών είναι λογική, αυτή είναι αναγκαία διότι είναι η μόνη που οδηγεί σε μια γενική θεωρία των επιχειρήσεων, των αγορών και της κατανομής των παραγωγικών πόρων . Με την θεωρία αυτή επιτυγχάνεται τόσο η ερμηνεία όσο και η πρόβλεψη της επιχειρηματικής συμπεριφοράς.⁷

- **Ανυπαρξία κρατικής παρέμβασης:** Δεν υπάρχει κανένας άμεσος κυβερνητικός έλεγχος και καμία άμεση κρατική παρέμβαση π.χ. δασμοί, επιδοτήσεις, έλεγχοι της παραγωγής και της καταναλώσεως κ.λ.π. Η αγορά, όμως, λειτουργεί μέσα στα γενικά νομικά πλαίσια που καθορίζουν οι νόμοι καθώς και τα ήθη και έθιμα της κοινωνίας.⁷
- **Πλήρης κινητικότητα των συντελεστών παραγωγής:** Οι συντελεστές παραγωγής μπορούν να μετακινηθούν από μια επιχείρηση σε άλλη, από τον ένα κλάδο σε άλλο και από μια περιοχή σε άλλη. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει κινητικότητα των συντελεστών παραγωγής μεταξύ διαφόρων ειδικοτήτων καθώς και γεωγραφική. Η κινητικότητα μεταξύ ειδικοτήτων συνεπάγεται ότι αυτές είναι λίγες απλές και η εκμάθησή τους είναι εύκολη. Επίσης σημαίνει ότι οι πρώτες ύλες και οι λοιποί συντελεστές παραγωγής δεν μονοπωλούνται από έναν παραγωγό. Συνοπτικά μπορεί να λεχθεί ότι η πλήρης κινητικότητα συνεπάγεται ότι επικρατούν συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού στην αγορά των συντελεστών παραγωγής.⁷
- **Πλήρης γνώση:** Οι καταναλωτές, οι παραγωγοί και οι κάτοχοι παραγωγικών πόρων έχουν πλήρη γνώση των συνθηκών της αγοράς (π.χ. για τις τιμές αγαθών και υπηρεσιών, κ.λ.π.). Η γνώση αυτή δεν αναφέρεται μόνο στις συνθήκες που επικρατούν στην τρέχουσα περίοδο αλλά και στο μέλλον. Με την έννοια αυτή, αβεβαιότητα σχετικά με τις

μελλοντικές εξελίξεις στην αγορά ενός προϊόντος δεν μπορεί να υπάρξει. Η πληροφόρηση αυτή υποτίθεται ότι είναι ανέξοδη και παρέχεται με ευκολία. Κατά συνέπεια, αν δεν υπάρχει πλήρης πληροφόρηση των οικονομικών μονάδων, τότε δεν μπορούν να ισχύουν οι συνθήκες του τέλειου ανταγωνισμού.⁷

Παράδειγμα πλήρους ανταγωνιστικής αγοράς

Στη λαϊκή αγορά της γειτονιάς πάρα πολλοί παραγωγοί ή πωλητές προσφέρουν ντομάτες. Πωλούν το ίδιο ακριβώς προϊόν και κανένας από αυτούς δεν μπορεί να αυξήσει την τιμή του προϊόντος από μόνος του, γιατί οι πελάτες θα στραφούν στους υπόλοιπους πωλητές ντομάτας. Επειδή μάλιστα υπάρχουν πάρα πολλοί πωλητές στην αγορά είναι δύσκολο να συνεννοηθούν για να καθορίσουν μια τιμή που θα αποφέρει σε όλους κέρδη.

2.3 Βραχυχρόνια Ισορροπία της Επιχείρησης

Οι Βραχυχρόνιες επιλογές που έχει η επιχείρηση είναι:

- Εάν παραμείνει στην αγορά, να συνεχίσει να παράγει ή να διακόψει την παραγωγή της για λίγο;
- Εάν μείνει στην αγορά και παράγει, τι ποσότητα να παράγει;

Βραχυχρόνιες αποφάσεις της επιχείρησης:

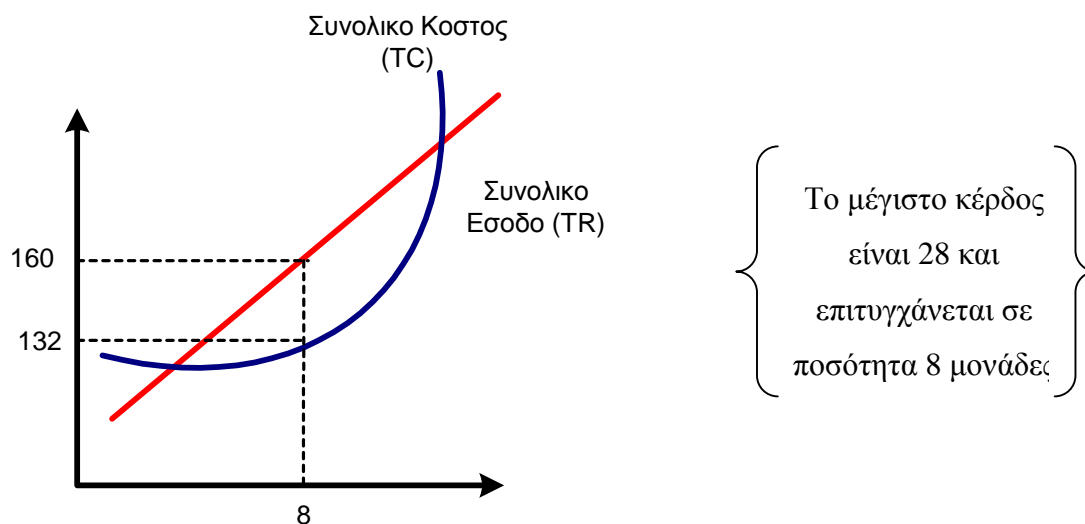
- Θεωρούμε ότι η επιχείρηση έχει επιλέξει να παραμείνει στην αγορά και εξετάζουμε την λήψη αποφάσεων βραχυχρόνια. Για το χρονικό αυτό διάστημα η επιχείρηση έχει κάποια κόστη τα οποία δεν είναι μεταβλητά.
- Προσδιορίζουμε τη ζήτηση στο επίπεδο της επιχείρησης

Μεγιστοποίηση Κερδών

Βραχυχρόνια το επίπεδο παραγωγής μπορεί να μεταβληθεί μέσω της αύξησης ή της μείωσης των μεταβλητών συντελεστών παραγωγής μιας επιχειρήσεως. Με τις μεταβολές στο επίπεδο της παραγωγής η επιχείρηση επιδιώκει να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της.

Η ανάλυση της βραχυχρόνιας ισορροπίας της επιχειρήσεως που λειτουργεί σε καθεστώς τέλειου ανταγωνισμού θα γίνει βάσει των παρακάτω τρόπων:

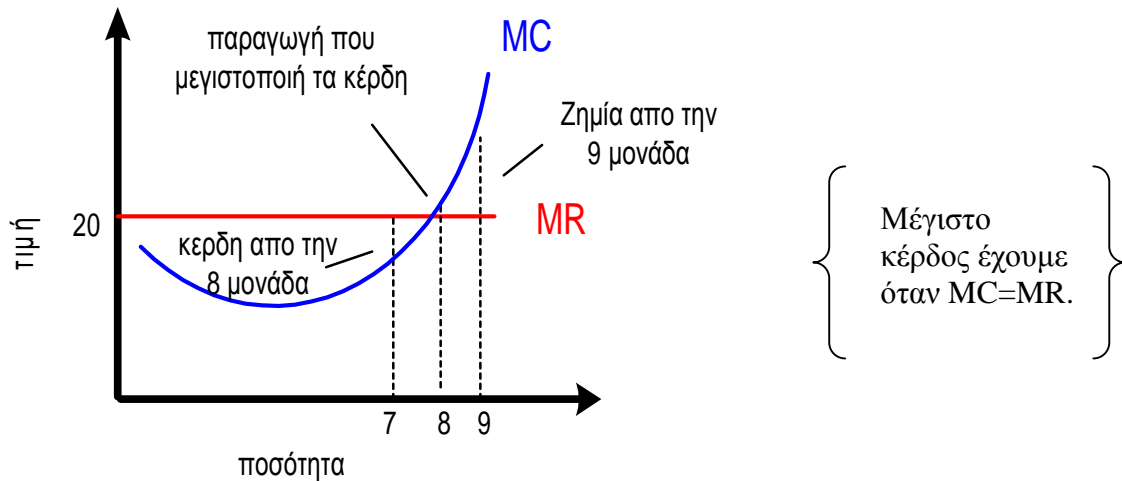
1. Προσέγγιση Συνολικού Εσόδου- Συνολικού Κόστους : Η τελείως ανταγωνιστική επιχείρηση μεγιστοποιεί τα κέρδη της, όταν η διαφορά μεταξύ συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους είναι η μέγιστη δυνατή. Η καμπύλη των συνολικών εσόδων είναι ευθεία γραμμή . Αυτό συμβαίνει πάντοτε στην περίπτωση του τέλει ανταγωνισμού γιατί η τιμή του προϊόντος είναι σταθερή και δεν εξαρτάται από το επίπεδο παραγωγής⁷.



Πίνακας

Τιμή (P)	Ποσότητα (Q)	Συν έσοδο (TR=P×Q)	Συν Κόστος (TC)	Κέρδος (TR-TC)	Οριακό Έσοδο (MR=ΔTR/ΔQ)	Οριακό Κόστος MC=ΔTC/ΔQ)
	0	0,00€	30,00€	-30,00€		
20,00€	1	20,00€	49,00€	-29,00€	20,00€	13,00€
20,00€	2	40,00€	62,00€	-22,00€	20,00€	13,00€
20,00€	3	60,00€	72,00€	-12,00€	20,00€	10,00€
20,00€	4	80,00€	80,00€	0,00€	20,00€	8,00€
20,00€	5	100,00€	89,00€	11,00€	20,00€	9,00€
20,00€	6	120,00€	100,00€	20,00€	20,00€	11,00€
20,00€	7	140,00€	114,00€	26,00€	20,00€	14,00€
20,00€	8	160,00€	132,00€	28,00€	20,00€	18,00€
20,00€	9	180,00€	154,00€	26,00€	20,00€	22,00€
20,00€	10	200,00€	181,00€	19,00€	20,00€	27,00€
20,00€	11	220,00€	215,00€	5,00€	20,00€	34,00€
20,00€	12	240,00€	259,00€	-19,00€	20,00€	44,00€
20,00€	13	260,00€	309,00€	-49,00€	20,00€	50,00€

2. Προσέγγιση Οριακού Εσόδου – Οριακού Κόστους : Η επιχείρηση μεγιστοποιεί τα κέρδη της σε ποσότητα στην οποία το επιπλέον κόστος ισούται με το επιπλέον έσοδο που συμπίπτει με την τιμή και το μέσο έσοδο.



Όταν η επιχείρηση παράγει μεγαλύτερο από 7 μονάδες, το οριακό έσοδο μεγαλύτερο από το οριακό κόστος, και επομένως μια αύξηση της παραγωγής αυξάνει τα κέρδη.

Όταν η επιχείρηση παράγει 9 μονάδες, το οριακό κόστος είναι μεγαλύτερο από το οριακό έσοδο, και επομένως μια αύξηση της παραγωγής μειώνει τα κέρδη³.

3. Μαθηματική Προσέγγιση:

Έστω ότι η συνάρτηση ζήτησης σε αντίστροφη μορφή είναι:

$$p = f(q)$$

Τα συνολικά συνολικά έσοδα της επιχείρησης είναι:

$$R = p \cdot q$$

Ενώ το οριακό έσοδο είναι:

$$MR = dR/dq = p$$

Έστω ότι η συνάρτηση του συνολικού κόστους είναι:

$$C = A + v(q) \quad \text{όπου } A \text{ το σταθερό κόστος}$$

Το οριακό κόστος ισούται με:

$$MC = dC/dq = v'(q)$$

Τα συνολικά κέρδη είναι ίσα με:

$$\Pi = R - C = p \cdot q - A - v(q)$$

Για την μεγιστοποίηση των κερδών απαιτείται η ικανοποίηση των συνθηκών:

$$d\Pi/Dq = 0 \text{ \& } d^2\Pi/dq < 0$$

Από την πρώτη σχέση προκύπτει:

$$d\Pi/dq = p - v'(q) = 0$$

ή $p = MR = MC$

Αποτελεί την αναγκαία σύνθεση μεγιστοποιήσεων των κερδών

Από την δεύτερη σχέση έχουμε:

$$d^2\Pi/dq^2 = -v''(q) = d^2C/Dq^2 < 0$$

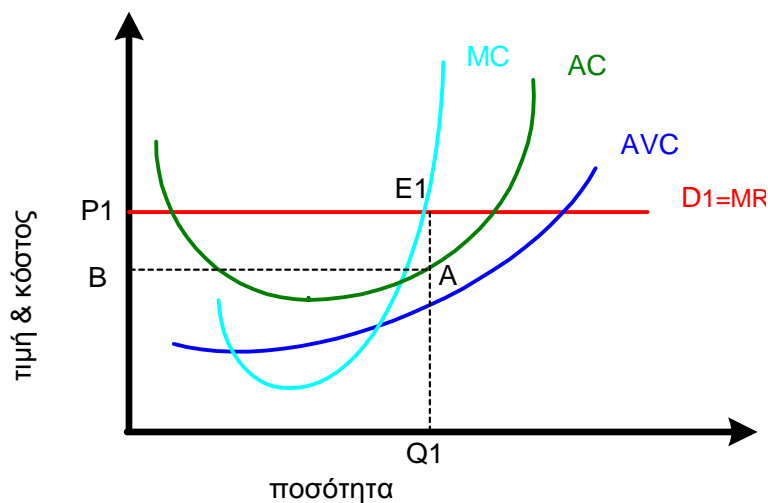
ή $v''(q) = d^2C/dq^2 > 0$

Αποτελεί την ικανή συνθήκη μεγιστοποίησης των κερδών, υποδηλώνει ότι η κλίση της καμπύλης του οριακού κόστους πρέπει να είναι θετική.⁷

Κέρδη ή Ζημίες:

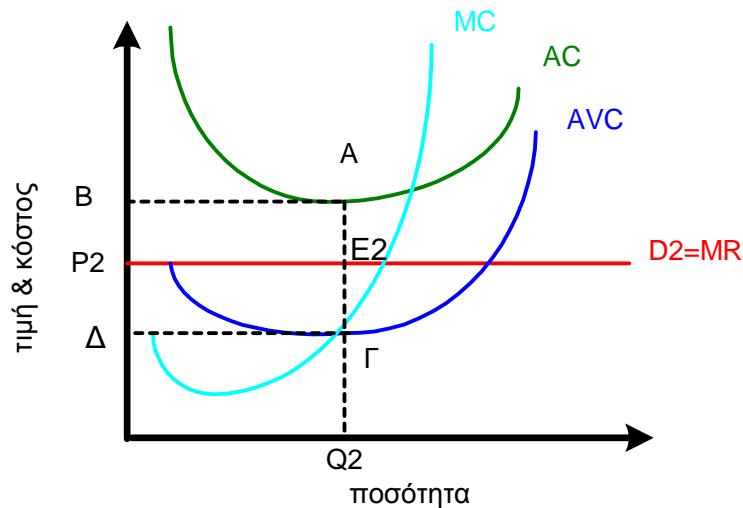
Για την ισορροπία μιας επιχειρήσεως πρέπει να ικανοποιούνται οι παρακάτω συνθήκες: το οριακό κόστος πρέπει να ισούται με το οριακό έσοδο και η κλίση του οριακού κόστους πρέπει να είναι θετική. Η ικανοποίηση όμως, των συνθηκών αυτών δεν συνεπάγεται την πραγματοποίηση κερδών ή ζημίας. Απλά σημαίνει ότι είτε τα κέρδη είναι μέγιστα είτε οι ζημίες είναι ελάχιστες. Για να εξακριβώσουμε αν η επιχείρηση έχει κέρδη ή ζημίες πρέπει να συγκρίνουμε την τιμή του προϊόντος με το μέσο συνολικό κόστος. Αν η τιμή είναι μεγαλύτερη του μέσου κόστους η επιχείρηση εξασφαλίζει βραχυχρόνια κέρδη. Αν η τιμή είναι μικρότερη του μέσου κόστους τότε η επιχείρηση υφίσταται ζημίες⁹.

1.



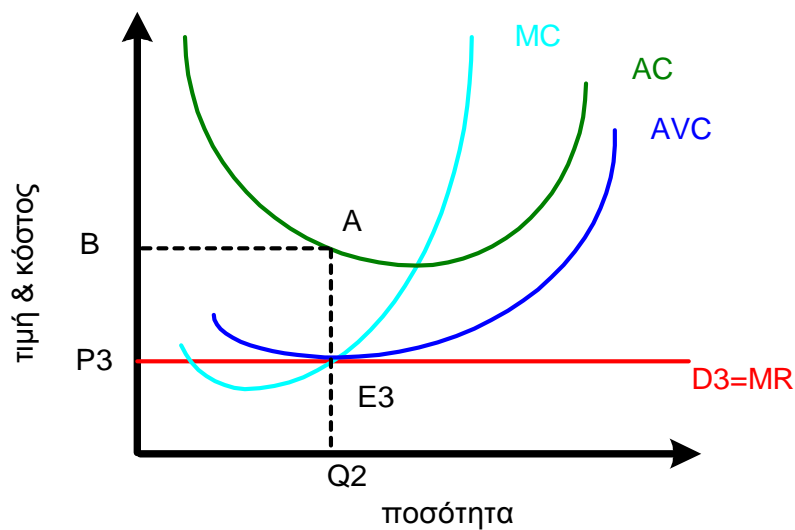
Στο διάγραμμα φαίνεται ότι ισχύει η σχέση $P = MR = MC > AC$. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση πραγματοποιεί βραχυχρόνια καθαρά κέρδη που είναι ίσα με το παραλληλόγραμμο $P1E1AB^9$.

2.



Στο διάγραμμα η τιμή είναι κάτω από το μέσο κόστος, αλλά πάνω από το μέσο μεταβλητό κόστος $AC > P > AVC$ και η επιχείρηση μπορεί να λειτουργεί βραχυχρόνια. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση πραγματοποιεί καθαρά κέρδη που είναι ίσα με το παραλληλόγραμμο $P_2E_2\Gamma\Delta$, δηλαδή τα κέρδη πριν την αφαίρεση των σταθερών εξόδων. Με τα ακαθάριστα κέρδη η επιχείρηση καλύπτει το μεταβλητό κόστος και ένα μέρος των σταθερών εξόδων⁹.

3.



Στο διάγραμμα η τιμή μόλις καλύπτει το ελάχιστο μέσο μεταβλητό κόστος με συνέπεια η επιχείρηση να μην πραγματοποιεί ούτε ακαθάριστα κέρδη. Το ύψος των ζημιών ισούται με το παραλληλόγραμμο P3BAE3. Η επιχείρηση βρίσκεται σε οριακό σημείο λειτουργίας.⁷

4. Όταν η τιμή πέσει κάτω από το μέσο μεταβλητό κόστος $P < AVC$ η επιχείρηση πρέπει να σταματήσει τη λειτουργία της, γιατί έτσι μειώνει την ζημία της⁹.

Σε ποιες περιπτώσεις μια επιχείρηση κάνει διακοπή παραγωγικών δραστηριοτήτων

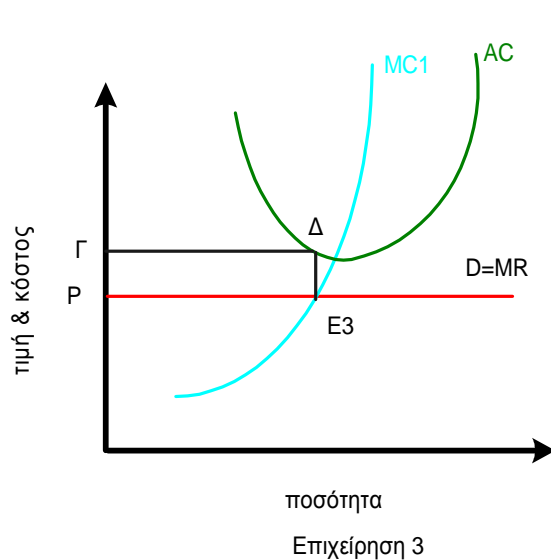
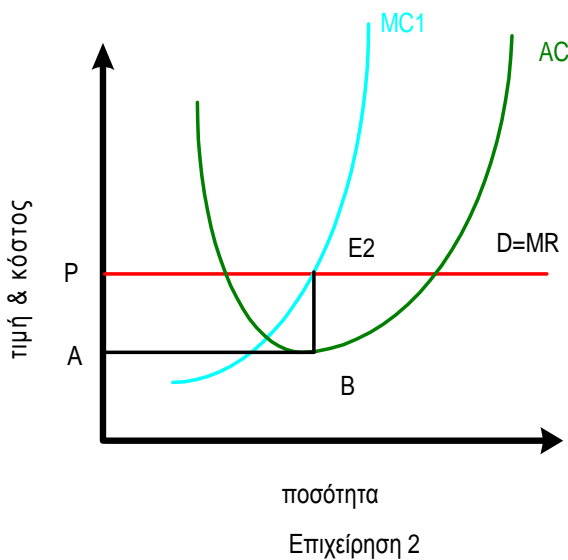
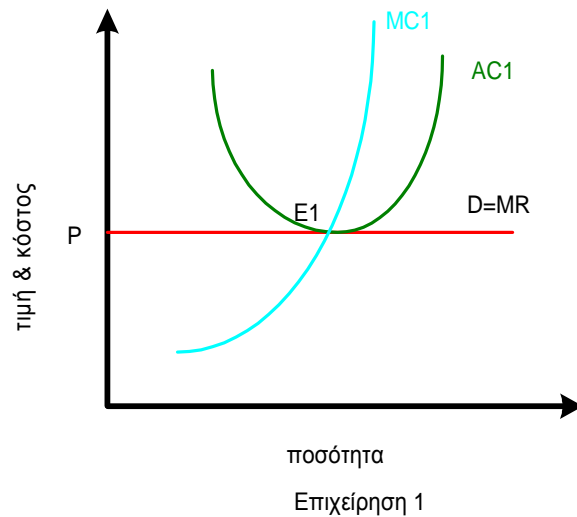
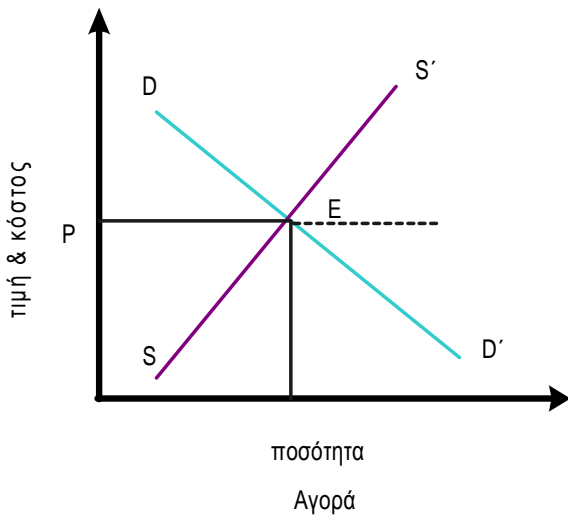
- Βραχυχρόνια μια επιχείρηση μπορεί να έχει ζημιά
- Βραχυχρόνια μια επιχείρηση μπορεί να διακόψει την παραγωγική της δραστηριότητα προσωρινά (δεν βγαίνει από την αγορά)
- Η διακοπή της παραγωγικής δραστηριότητας της επιχείρησης δεν σημαίνει ότι μπορεί να αποφύγει το πάγιο κόστος

Μια επιχείρηση διακόπτει την παραγωγική της δραστηριότητα προσωρινά μόνο όταν το συνολικό έσοδο δεν καλύπτει το μεταβλητό κόστος, δηλαδή όταν $TR < VC$. Το οποίο σημαίνει ότι: $P = AR < AVC$

Τα πάγια κόστη της επιχείρησης βραχυχρόνια ονομάζονται χαμένα κόστη (sunk costs), ενώ μακροχρόνια δεν είναι χαμένα. Εάν καλύπτει όλα τα μεταβλητά κόστη και μέρος των παγίων, η επιχείρηση θα συνεχίσει να παράγει ακόμη και αν έχει ζημιά⁷.

2.4 Βραχυχρόνια Ισορροπία της Αγοράς

Με δεδομένες τις αγοραίες καμπύλες προσφοράς και ζήτησης η βραχυχρόνια ισορροπία της αγοράς βρίσκεται στο σημείο που τέμνονται οι δύο αυτές καμπύλες.



Στα παραπάνω διαγράμματα το σημείο ισορροπίας είναι το E, στο οποίο αντιστοιχεί η τιμή P και ποσότητα Q. Με δεδομένη την αγοραία τιμή η επιχείρηση μπορεί να έχει κανονικά κέρδη, ζημιές και υπέρ κανονικά κέρδη.

Συγκεκριμένα η Επιχείρηση 1 λειτουργεί στο σημείο όπου η τιμή είναι ίση με το μέσο κόστος $P = MR = MC = AC$. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση έχει κανονικά κέρδη.

Η Επιχείρηση 2 λειτουργεί στο σημείο όπου η τιμή είναι μεγαλύτερη από το μέσο κόστος $P = MR = MC > AC$. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση έχει υπέρ κανονικά κέρδη.

Τέλος η Επιχείρηση 3 λειτουργεί σε τιμή που είναι χαμηλότερη από το μέσο κόστος $P = MR = MC < ATC$ και η επιχείρηση έχει ζημιές.

Γενικά μπορεί να λεχθεί ότι αν η τιμή είναι πάνω από την καμπύλη του μέσου κόστους τότε η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη, ενώ όταν βρίσκεται κάτω του μέσου

κόστους η επιχείρηση έχει ζημιές. Βραχυχρόνια η επιχείρηση που πραγματοποιεί ζημιές μπορεί να εξακολουθήσει να λειτουργεί εφόσον η τιμή καλύπτει το μέσο μεταβλητό κόστος.

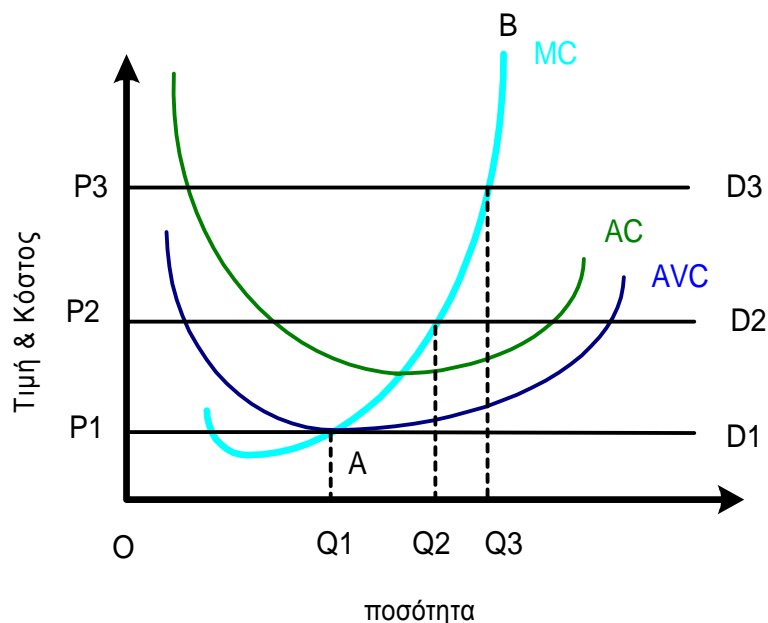
Η επιχείρηση στην περίπτωση αυτή έχει λιγότερες ζημιές από εκείνες που θα πραγματοποιούσε αν το επίπεδο παραγωγής της ήταν μηδέν. Είναι ευνόητο ότι μακροχρόνια οι επιχειρήσεις που λειτουργούν με βραχυχρόνιες ζημιές πρέπει να αναπροσαρμόσουν το πάγιο κεφάλαιο και γενικότερα τη λειτουργία τους γιατί διαφορετικά θα πρέπει να κλείσουν.

Οι επιχειρήσεις που πραγματοποιούν βραχυχρόνια κέρδη μπορούν να αυξήσουν την παραγωγική τους ικανότητα. Η πραγματοποίηση υπέρ κερδών θα προσελκύσει νέες επιχειρήσεις στον κλάδο. Η είσοδος νέων επιχειρήσεων και η έξοδος αυτών που πραγματοποιούν ζημιές θα οδηγήσουν τελικά τον κλάδο σε μακροχρόνια ισορροπία με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις που παραμένουν στον κλάδο να έχουν τουλάχιστον κανονικά κέρδη.⁷

2.5 Βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς της Επιχείρησης και του Κλάδου.

Η συνάρτηση προσφοράς μιας τελειώς ανταγωνιστικής επιχειρήσεως εκφράζει την συναρτησιακή σχέση μεταξύ προσφερόμενης ποσότητας και αγοραίας τιμής. Η συνάρτηση προσφοράς διαγραμματικά προκύπτει από τα σημεία τομής της καμπύλης του οριακού κόστους με την καμπύλη ζητήσεως όταν αυτή διαδοχικά μετατοπίζεται.⁷

Αν υποθέσουμε ότι οι αγοραίες τιμές αυξάνουν διαδοχικά, αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την παράλληλη και προς τα πάνω μετατόπιση της καμπύλης ζητήσεως που αντιμετωπίζει η επιχείρηση. Δεδομένου ότι η καμπύλη του οριακού κόστους είναι θετική από το σημείο καμψής και πάνω έπεται ότι κάθε σημείο τομής με την καμπύλη ζητήσεως βρίσκεται δεξιότερα του προηγούμενου. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται ότι η καμπύλη προσφοράς της επιχειρήσεως είναι θετική συνάρτηση της τιμής. Σημειώνεται ότι η επιχείρηση δεν πρόκειται να παράγει σε τιμή χαμηλότερη από το ελάχιστο σημείο της καμπύλης του μέσου μεταβλητού κόστους της $P1$. Τα διάφορα σημεία τομής της καμπύλης του οριακού κόστους και της καμπύλης ζητήσεως δείχνουν το ένα τμήμα της καμπύλης προσφοράς της επιχειρήσεως AB ενώ το άλλο τμήμα είναι το $OP1$.⁷

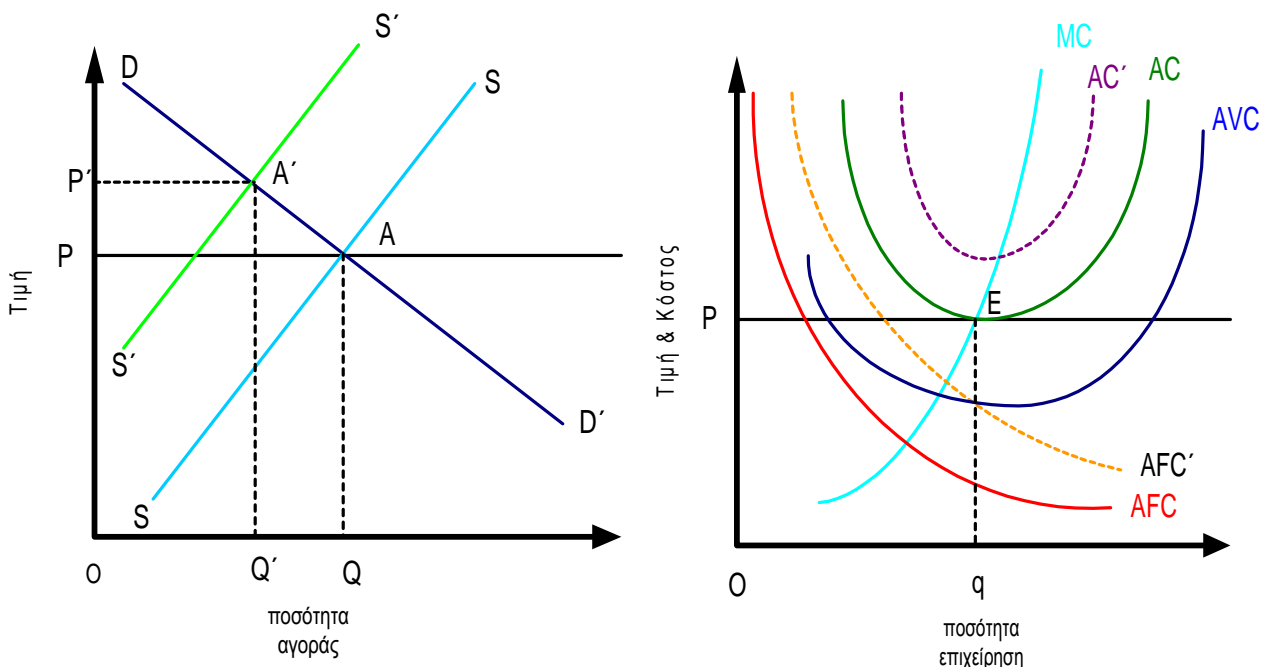


Το σχήμα της καμπύλης προσφοράς του κλάδου εξαρτάται από την τεχνολογία, τις τιμές των συντελεστών παραγωγής την κατανομή του μεγέθους των επιχειρήσεων μέσα στον κλάδο, δεδομένου ότι όλες οι επιχειρήσεις δεν έχουν το ίδιο μέγεθος.

Επιπτώσεις από τις μεταβολές του κόστους στην ισορροπία ενός ανταγωνιστικού υποδείγματος

Οι επιπτώσεις στην ισορροπία ενός ανταγωνιστικού κλάδου, εξαιτίας μεταβολών του κόστους εξαρτώνται άμεσα από το αν αυτές οι μεταβολές αφορούν το σταθερό ή το μεταβλητό κόστος .

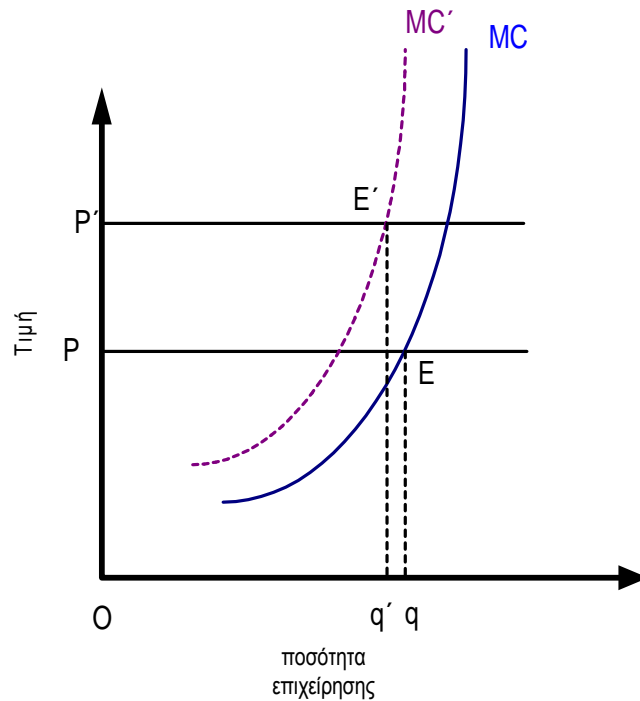
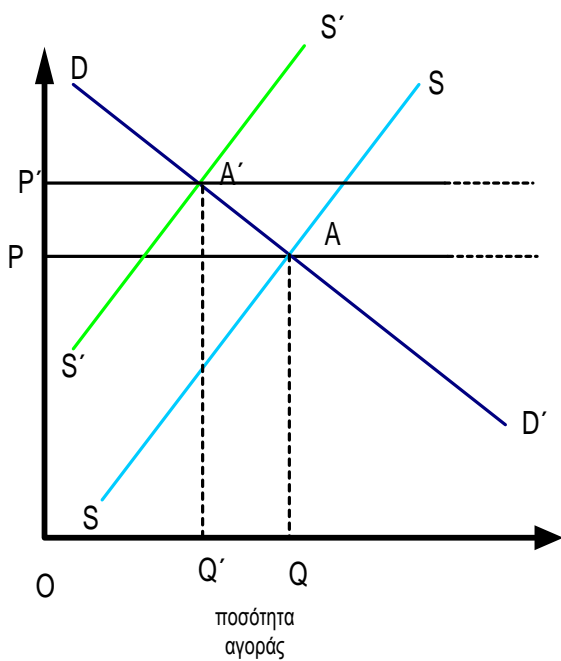
- **Αύξηση σταθερού κόστους:** Αν αυξηθεί το σταθερό κόστος (π. χ. το ενοίκιο των κτηριακών εγκαταστάσεων, του μηχανικού εξοπλισμού, κ.λ.π) μιας επιχειρήσεως θα επέλθει μετατόπιση των καμπυλών του μέσου σταθερού κόστους (AFC) και του μέσου κόστους (AC) προς τα άνω. Οι καμπύλες του μέσου μεταβλητού κόστους (AVC) και του οριακού κόστους (MC) δεν επηρεάζονται από την μεταβολή του σταθερού κόστους.



Έστω ότι το A είναι το αρχικό σημείο ισορροπίας του κλάδου, στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP και ποσότητα OQ. Στην τιμή OP η βραχυχρόνια καμπύλη του μέσου κόστους εφάπτεται στο χαμηλότερο της σημείο E, στο οποίο αντιστοιχεί ποσότητα Oq. Έστω ότι μεταβάλλεται το σταθερό κόστος. Η μεταβολή αυτή δεν θα επηρεάσει το σημείο ισορροπίας του κλάδου δοθέντος ότι η καμπύλη του οριακού κόστους αποτελεί την καμπύλη προσφοράς .

Έτσι το ίδιο προϊόν θα παραχθεί και η αγοραία τιμή δεν θα μεταβληθεί βραχυχρόνια . Είναι φανερό ότι και το επίπεδο παραγωγής της επιχείρησης θα παραμείνει αμετάβλητο. Αλλά στην OP η επιχείρηση δεν καλύπτει το μέσο συνολικό κόστος. Σε μια τέτοια περίπτωση μερικές από τις επιχειρήσεις μακροχρόνια πρέπει να εξέλθουν του κλάδου με αποτέλεσμα η καμπύλη προσφοράς να μετακινηθεί προς τα αριστερά και να διαμορφωθεί μια υψηλότερη τιμή στην αγορά OP'. Στο νέο σημείο ισορροπίας η παραγωγή θα είναι χαμηλότερη OQ', η τιμή υψηλότερη και θα μειωθεί ο αριθμός των επιχειρήσεων του κλάδου⁷.

- **Αύξηση μεταβλητού Κόστους:** Αύξηση του μεταβλητού κόστους (π.χ. ημερομισθίων, πρώτων υλών, κ.λ.π) Θα επιφέρει μετατόπιση των καμπυλών AVC, AC και MC προς τα άνω ή αριστερά με αποτέλεσμα να αυξηθεί η τιμή και να μειωθεί η προσφερόμενη ποσότητα.



Έστω ότι A είναι το σημείο ισορροπίας του κλάδου στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP και ποσότητα OQ, ενώ το σημείο ισορροπίας της επιχείρησης είναι το E, όπου παράγεται ποσότητα Oq. Η αύξηση του μεταβλητού κόστους θα προκαλέσει μετατόπιση προς τα αριστερά της καμπύλης του οριακού κόστους της επιχείρησης. Λαμβάνουμε υπόψη ότι η καμπύλη του οριακού κόστους είναι η βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς της επιχειρήσεως, η αύξηση του μεταβλητού κόστους θα επιφέρει μετατόπιση της καμπύλης προσφοράς της επιχειρήσεως και κατ' επέκταση του κλάδου προς τα αριστερά.

Το νέο σημείο ισορροπίας του κλάδου είναι το A' στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP' και ποσότητα OQ'. Στη νέα τιμή OP' το σημείο ισορροπίας της επιχειρήσεως είναι το E', το οποίο αντιστοιχεί στην μικρότερη προσφερόμενη ποσότητα Oq'. Έτσι στη νέα θέση ισορροπίας της αγοράς ο αριθμός των επιχειρήσεων θα είναι ο ίδιος, αλλά η ποσότητα θα είναι χαμηλότερη και η τιμή υψηλότερη συγκρινόμενη με την αρχική ποσότητα και τιμή ισορροπίας αντίστοιχα⁷.

2.6 Βραχυχρόνια συνάρτηση ζήτησης εργασίας της επιχείρησης σε συνθήκες Πλήρους Ανταγωνισμού

Ο αντικειμενικός σκοπός της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του οικονομικού κέρδους. Για την πραγματοποίηση αυτού του στόχου θα πρέπει να προσδιορίσουμε το

άριστο επίπεδο παραγωγής και εν συνεχεία την ζητούμενη ποσότητα εργασίας που αντιστοιχεί σε αυτό το επίπεδο παραγωγής. Υποθέτουμε, επίσης ότι η επιχείρηση πωλεί το προϊόν της σε μια πλήρως ανταγωνιστική αγορά και συνεπώς η τιμή του προϊόντος p θεωρείται δεδομένη για κάθε επιχείρηση του κλάδου. Επιπλέον, επειδή κάθε επιχείρηση απασχολεί ένα μικρό μέρος της διαθέσιμης εργασίας, υποθέτουμε ότι δεν μπορεί να επηρεάσει το ύψος του εργατικού μισθού W και, κατά συνέπεια ο μισθός θεωρείται δεδομένος για την κάθε επιχείρηση. Το σημείο στο οποίο επιτυγχάνεται μεγιστοποίηση του κέρδους προσδιορίζει ταυτόχρονα και το σημείο ισορροπίας της επιχειρήσεως. Ποια είναι επομένως η σχέση του εργατικού μισθού και της ζητούμενης ποσότητας εργασίας στο επίπεδο της επιχείρησης;

Έστω ότι η βραχυχρόνια συνάρτηση παραγωγής είναι:

$$Q = f(L)$$

Η συνάρτηση του κόστους της επιχείρησης αποτελείται από το μεταβλητό κόστος WL και το σταθερό κόστος F και δίνεται από την :

$$C = WL + F$$

Ενώ τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης είναι :

$$R = pQ$$

Η επιχείρηση μεγιστοποιεί το κέρδος της Π που ισούται με:

$$\Pi = R - C = pQ - WL - F$$

Κατά τα γνωστά, για την μεγιστοποίηση του κέρδους απαιτείται:

$$d\Pi/dL = p dQ/dL - W = 0$$

ή $p dQ/dL = W$

ή $VMP_L = W$

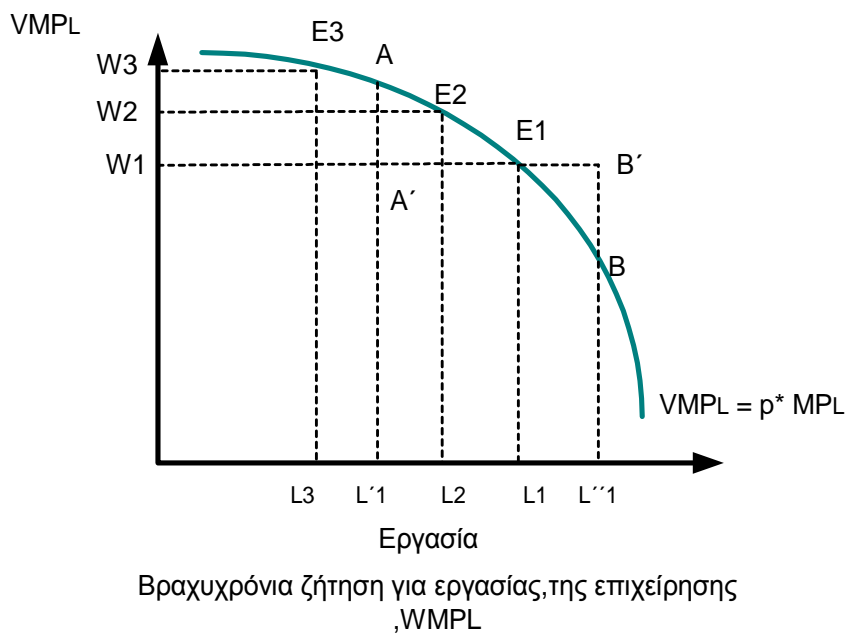
Η παραπάνω σχέση δείχνει ότι το σημείο όπου η επιχείρηση μεγιστοποιεί τα κέρδη της η αξία του οριακού προϊόντος της εργασίας VMP_L ισούται με το μισθό W .

Βέβαια, για την μεγιστοποίηση του κέρδους απαιτείται η ικανοποίηση της συνθήκης δευτέρας τάξεως, δηλαδή:

$$d^2\Pi/dL^2 = p d^2Q/dL^2 < 0$$

Επειδή $p > 0$ έπεται ότι $d^2Q/dL^2 < 0$, γεγονός που συνεπάγεται ότι η κλίση της καμπύλης του οριακού προϊόντος της εργασίας είναι αρνητική (φθίνον οριακό προϊόν).

Από την συνθήκη ισορροπίας $VMP_L = W$ προκύπτει η συνάρτηση ζήτησης για εργασία. Εφόσον η τιμή του προϊόντος p είναι σταθερή, όταν μειώνεται ο μισθός, η ζητούμενη ποσότητα για εργασία πρέπει να αυξάνεται ούτως ώστε το οριακό της προϊόν να μειώνεται, μέχρις ότου η αξία του να εξισωθεί με το μισθό. Γνωρίζουμε όμως ότι η σχέση μεταξύ οριακού προϊόντος και ποσότητας εργασίας δίνεται από την καμπύλη του οριακού προϊόντος της εργασίας. Επομένως η σχέση μεταξύ μισθού και ζητούμενης ποσότητας εργασίας δίνεται από την καμπύλη της αξίας του οριακού προϊόντος της εργασίας. Με άλλα λόγια, η συνάρτηση ζήτησης για εργασία της επιχείρησης που λειτουργεί σε συνθήκες ανταγωνισμού και μεγιστοποιεί κέρδη δίνεται από καμπύλη της αξίας του οριακού προϊόντος της εργασίας

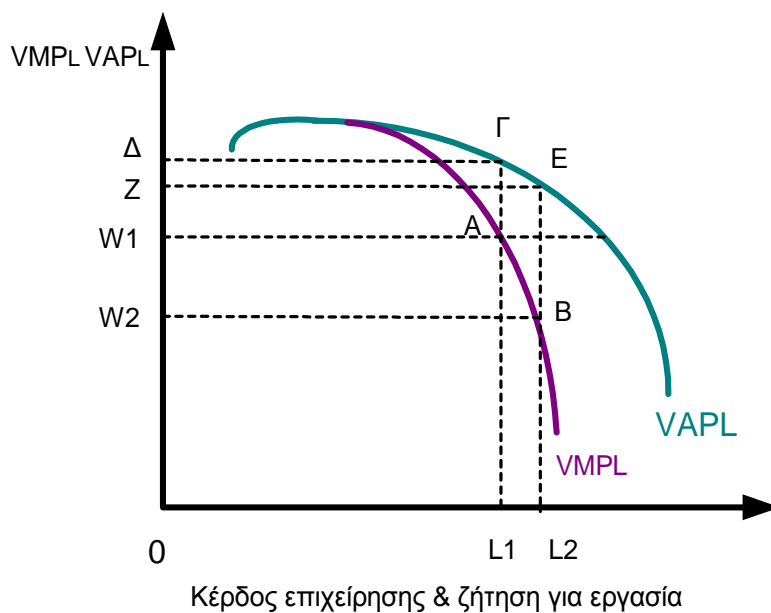


Στο διάγραμμα η καμπύλη VMP_L είναι η καμπύλη της αξίας του οριακού προϊόντος της εργασίας, η οποία ισούται με το γινόμενο του φυσικού οριακού προϊόντος της εργασίας και της τιμής του προϊόντος. Δηλαδή η αξία του οριακού προϊόντος μετατρέπει το φυσικό προϊόν της εργασίας σε χρηματικές μονάδες και δείχνει μεταβολή στα συνολικά έσοδα της επιχείρησης που προκύπτει αν μεταβληθεί η εργασία κατά μια μονάδα. Αν ο μισθός είναι $W1$, τότε η ποσότητα εργασίας που μεγιστοποιεί το κέρδος είναι η $L1$, δηλαδή $W1 = VMP_L$. Έστω ότι η επιχείρηση απασχολεί $L'1$ εργάτες, σε αυτή την ποσότητα εργασίας, η αξία του οριακού προϊόντος είναι μεγαλύτερη από τον εργατικό μισθό κατά AA' , πράγμα που σημαίνει ότι η απασχόληση μίας επιπλέον

μονάδας εργασίας αυξάνει περισσότερο τα συνολικά έσοδα από ότι το συνολικό κόστος και συνεπώς η επιχείρηση έχει κάθε λόγο να αυξήσει την απασχόληση. Αντίθετα αν απασχολεί $L'1$ εργάτες, τότε η αξία του οριακού προϊόντος είναι μικρότερη από τον μισθό κατά BB' και σε αυτή την περίπτωση συμφέρει την επιχείρηση να μειώσει την απασχόληση. Στο σημείο όπου $VMP_L = W1$ η επιχείρηση ισορροπεί και μεγιστοποιεί το κέρδος της. Αν ο μισθός αυξάνει στο επίπεδο $W2$, τότε η ζητούμενη ποσότητα εργασίας που μεγιστοποιεί το κέρδος είναι η $L2$. Αν αυξηθεί στο $W3$, τότε η ζητούμενη ποσότητα εργασίας είναι $L3$.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η καμπύλη της VMP_L μας δείχνει την ζητούμενη ποσότητα εργασίας από μια επιχείρηση για διάφορα επίπεδα μισθού και επομένως είναι ταυτόσημη με την καμπύλη ζήτησης για εργασία της επιχείρησης.

Στο επόμενο διάγραμμα μπορούμε να δείξουμε και το κέρδος της επιχείρησης. Για εργατικό μισθό $W1$ τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης είναι το εμβαδόν $O\Delta\Gamma L1$

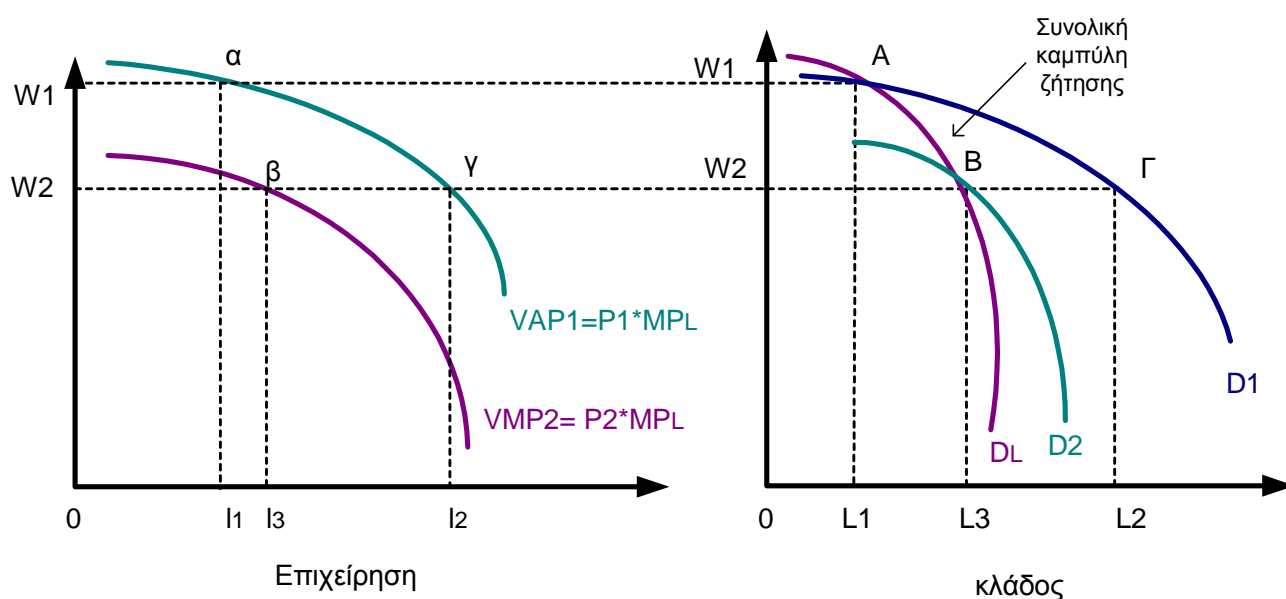


Το σύνολο των δαπανών για την εργασία είναι ίσον προς το εμβαδόν $OW1AL1$ δηλαδή το γινόμενο του μισθού με την ποσότητα της απασχολούμενης εργασίας. Το εμβαδόν $W1\Delta\Gamma A$ είναι ίσο προς τα κέρδη που πραγματοποιεί η επιχείρηση. Μια μείωση του μισθού στο επίπεδο $W2$ σημαίνει υψηλότερα κέρδη ίσα με το εμβαδόν $W2BEZ$ ¹¹.

2.7 Βραχυχρόνια συνολική καμπύλη ζήτησης εργασίας

Η συνολική ζήτηση εργασίας βραχυχρόνια δεν προκύπτει από το οριζόντιο άθροισμα όλων των ζητούμενων ποσοτήτων εργασίας των επιμέρους επιχειρήσεων. Διότι καθώς μειώνεται, για παράδειγμα ο εργατικός μισθός, όλες οι επιχειρήσεις του κλάδου έχουν κίνητρο να αυξήσουν την ζητούμενη ποσότητα της εργασίας για να αυξήσουν την παραγωγή τους. Η αύξηση όμως του προϊόντος από όλες τις επιχειρήσεις έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της προσφοράς του προϊόντος και επομένως η αύξηση αυτή οδηγεί σε μείωση της τιμής του προϊόντος. Αφού η καμπύλη ζήτησης για εργασία από κάθε επιχείρηση είναι η καμπύλη της αξίας του οριακού προϊόντος της εργασίας και επομένως η καμπύλη ζήτησης της εργασίας VMP1 μετατοπίζεται προς τα αριστερά, στη θέση VMP2.

Για εργατικό μισθό $W1$ η ζητούμενη ποσότητα εργασίας από την κάθε επιχείρηση είναι l_1 και η συνολική ζητούμενη ποσότητα εργασίας από όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου είναι $OL1$. Το σημείο A είναι ένα σημείο της συνολικής καμπύλης ζήτησης για εργασία. Εάν ο μισθός μειωθεί από $W1$ σε $W2$, τότε στην VMP1 αντιστοιχεί ποσότητα εργασίας l_2 . Η μείωση του μισθού θα έχει ως αποτέλεσμα την μετατόπιση της καμπύλης ζήτησης προς τα αριστερά στη θέση VMP2, λόγω της αύξησης της προσφοράς του προϊόντος και της μείωσης της τιμής του. Έτσι, σε μισθό $W2$ αντιστοιχεί ζητούμενη ποσότητα εργασίας l_3 . Αν προσθέσουμε την ζητούμενη ποσότητα εργασίας όλων των επιχειρήσεων λαμβάνοντας υπόψη την μεταβολή στην τιμή του προϊόντος, προκύπτει ότι



η συνολική ζητούμενη ποσότητα εργασίας είναι OL3. Επομένως το σημείο Β και όχι το Γ είναι ένα άλλο σημείο της συνολικής καμπύλης ζήτησης για εργασία, που είναι η D_L . Όπως φαίνεται σαφώς από το διάγραμμα η συνολική καμπύλη ζήτησης εργασίας είναι το άθροισμα των ατομικών καμπυλών ζήτησης όλων των επιχειρήσεων αφού προηγουμένως ληφθεί υπόψη η επίδραση της πτώσης του μισθού στην παραγωγή και στην τιμή του προϊόντος και συνεπώς στην αξία του οριακού προϊόντος κάθε επιχείρησης¹¹.

2.8 Μακροχρόνια Ισορροπία Επιχείρησης

Οι Μακροχρόνιες επιλογές που έχει η επιχείρηση είναι: ή να παραμείνει ή να βγει από την αγορά

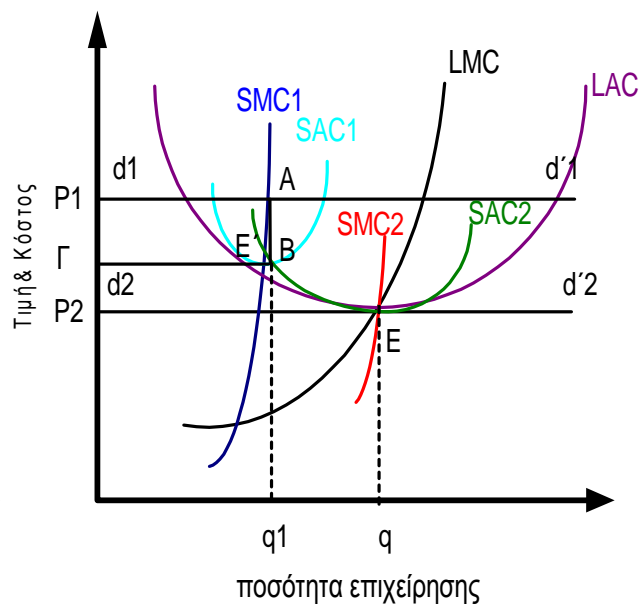
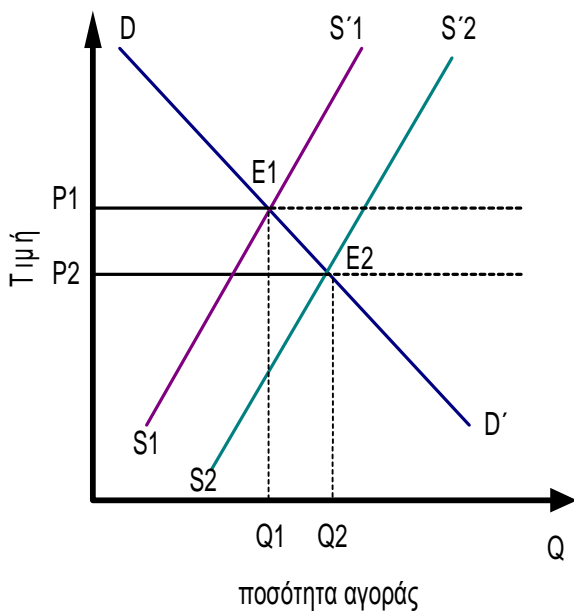
Μακροχρόνιες αποφάσεις της επιχείρησης

Δύο πράγματα είναι διαφορετικά όταν παίρνουμε μακροχρόνιες αποφάσεις:

- Ο αριθμός των επιχειρήσεων μπορεί να αλλάξει (είσοδος / έξοδος)
- Η παραγωγική δυνατότητα (scale of production) μιας επιχείρησης μπορεί να αλλάξει (μεταβάλλοντας τα πάγια κόστη).

Προσαρμογή μίας τελείως Ανταγωνιστικής Επιχειρήσεως σε Μακροχρόνια Ισορροπία

Μακροχρόνια όλες οι εισροές είναι μεταβλητές για την επιχείρηση. Το πρόβλημα που έχει να αντιμετωπίσει η επιχείρηση έγκειται στον προσδιορισμό του άριστου επιπέδου παραγωγής προκειμένου να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της, όταν έχει την δυνατότητα προσαρμογής των παγίων εγκαταστάσεων της. Μακροχρόνια η επιχείρηση βρίσκεται σε ισορροπία όταν προσαρμόσει το μέγεθος του παραγωγικού δυναμικού, έτσι ώστε να παράγει στο χαμηλότερο σημείο της καμπύλης του μακροχρόνιου μέσου κόστους που εφάπτεται στο σημείο αυτό της αγοραίας τιμής.



Υποθέτουμε ότι όλες οι επιχειρήσεις του κλάδου έχουν το ίδιο κόστος. Έστω ότι κάθε επιχείρηση λειτουργεί με εγκαταστάσεις των οποίων το αρχικό μέγεθος προσδιορίζεται από τις βραχυχρόνιες καμπύλες του μέσου και του οριακού κόστους SAC1 και SMC1. Η αγοραία καμπύλη ζήτησεως είναι DD' και η αγοραία καμπύλη προσφοράς είναι S1S'1. Το σημείο ισορροπίας της αγοράς είναι το E' στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP1 και ποσότητα OQ1. Στην τιμή OP1 κάθε επιχείρηση παράγει ποσότητα Oq1 και πραγματοποιεί υπέρ κανονικά κέρδη ίσα με την επιφάνεια P1ABΓ. Επειδή η επιχείρηση παράγει στο φθινόγο τμήμα της καμπύλης LAC και μπορεί να αυξήσει μακροχρόνια τα υπέρ κανονικά της κέρδη, θα έχει συμφέρον να επεκτείνει την παραγωγική της ικανότητα και να κινηθεί κατά μήκος της καμπύλης LAC. Εξάλλου τα υπέρ κανονικά κέρδη θα υποκινήσουν νέες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο. Η είσοδος νέων επιχειρήσεων πιθανόν να είναι πολύ βραδεία αλλά και πιθανόν να είναι πολύ ταχεία. Αυτό εξαρτάται κυρίως από τα ρευστά διαθέσιμα των άλλων κλάδων με την έννοια ότι οι λιγότερο επικερδείς επιχειρήσεις των άλλων κλάδων θα στραφούν προς τον υπόψη κλάδο, διότι στον κλάδο αυτό μπορούν να εξασφαλίσουν μεγαλύτερα κέρδη. Σε κάθε περίπτωση η είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο αφενός, και η αύξηση της παραγωγής εξαιτίας της μεγενθύσεως των ήδη λειτουργούντων επιχειρήσεων αφετέρου, θα προκαλέσουν μετατόπιση της καμπύλης προσφοράς προς τα δεξιά από την θέση S1S'1 στη θέση S2S'2. Με δεδομένη την καμπύλη ζήτησεως το νέο σημείο ισορροπίας της αγοράς είναι το E2, στο οποίο αντιστοιχεί ποσότητα OQ2 και τιμή OP2. Κάθε επιχείρηση στη νέα χαμηλότερη αγοραία τιμή θα έχει μέγεθος εγκαταστάσεων που θα

προσδιορίζεται από τις βραχυχρόνιες καμπύλες μέσου και οριακού κόστους SAC2 και SMC2.

Η διαδικασία προσαρμογής σταματά στο σημείο όπου η αγοραία τιμή είναι ίση με το βραχυχρόνιο οριακό και μέσο κόστος καθώς και με το μακροχρόνιο οριακό και μέσο κόστος έτσι η επιχείρηση δεν έχει ούτε υπέρ κανονικά κέρδη ούτε ζημιές.

Εξάλλου στην περίπτωση που η επιχείρηση παράγει στο αύξον τμήμα της LAC, εφόσον πραγματοποιεί υπέρ κανονικά κέρδη νέες επιχειρήσεις θα εισέλθουν στον κλάδο με συνέπεια να αυξηθεί η παραγωγή του κλάδου και να μειωθεί η αγοραία τιμή. Η αύξηση όμως της παραγωγής οφείλεται μόνο στον μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων, επειδή οι ήδη υπάρχουσες θα επιδιώξουν να μειώσουν την παραγωγική τους ικανότητα. Όταν η αγοραία τιμή μειώνεται οι νέες επιχειρήσεις που θα εισέλθουν στον κλάδο μπορούν να κατασκευάσουν εγκαταστάσεις μικρότερου μεγέθους που να ανταποκρίνεται στις νέες συνθήκες της αγοράς. Και ενώ η προσαρμογή των νέων επιχειρήσεων είναι ταχεία, οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις θα βραδύνουν αρκετά την κατασκευή μικρότερου μεγέθους εγκαταστάσεων .

Συνέπεια αυτής της κατάστασης είναι ότι βραχυχρόνια μπορούν να εμφανισθούν ζημιές ή ακόμα και κέρδη, αλλά μικρότερα από ότι θα είχαν σε εναλλακτικές επενδύσεις θα επιδιώξουν να αποχωρίσουν από τον κλάδο καθώς οι εγκαταστάσεις και ο παραγωγικός του εξοπλισμός θα παλαιώνει. Η επένδυση σε κάποιο άλλο κλάδο θα είναι πιο ελκυστική, εφόσον οι προβλέψεις για μελλοντικά κέρδη θα είναι ευοίωνες.

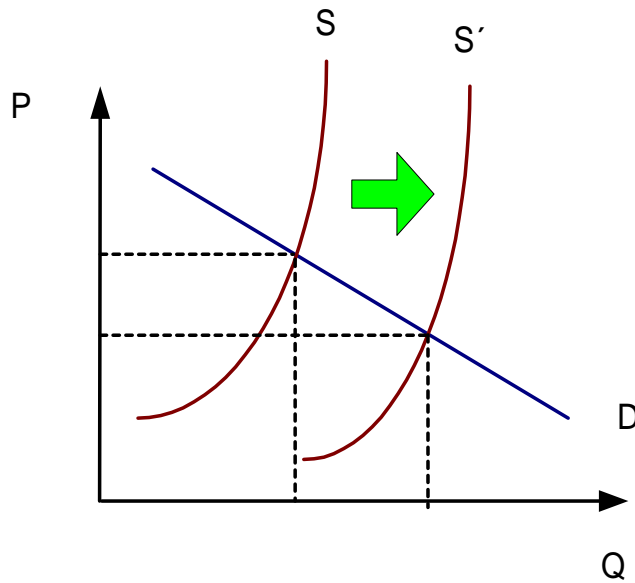
Κατά συνέπεια η προσφορά του κλάδου μετατοπίζεται προς τα αριστερά προκαλούσα αύξηση της αγοραίας τιμής ισορροπίας. Τελικά η μακροχρόνια ισορροπία μιας πλήρους ανταγωνιστικής επιχειρήσεως επιτυγχάνεται εκεί που η τιμή και η καμπύλη ζητήσεως d_2d_2' ισούται με το μακροχρόνιο μέσο κόστος και είναι ίσα με το βραχυχρόνιο οριακό κόστος δηλαδή:

$$SMC = SAC = LAC = LMC = AR = P = MR$$

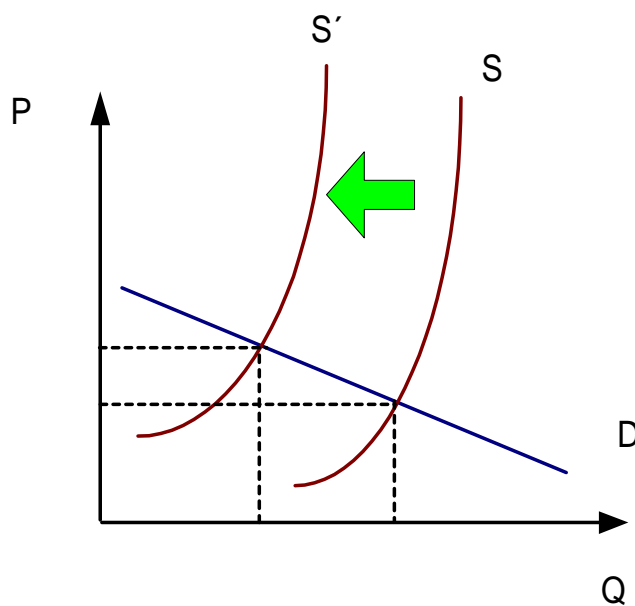
Το σημείο E ονομάζεται σημείο πλήρους ισορροπίας, στο οποίο η επιχείρηση παράγει το άριστο επίπεδο προϊόντος, αντιστοιχεί στο ελάχιστο βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο μέσο κόστος. Η εξέλιξη αυτή είναι οφέλημα για τους καταναλωτές επειδή το προϊόν παράγεται με τον πιο φθηνό τρόπο χωρίς καμία επιχείρηση να πραγματοποιεί ζημιές

Έτσι η επιχείρηση μακροχρόνια δεν έχει ούτε υπέρ κανονικά κέρδη ούτε ζημιές, αλλά απλώς κανονικά κέρδη, που προέρχονται από την τιμή του προϊόντος⁷.

Είσοδος και έξοδος επιχειρήσεων



Με την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, αυξάνει η προσφερόμενη ποσότητα και επομένως μειώνεται η τιμή.



Με την έξοδο επιχειρήσεων από την αγορά, μειώνεται η προσφερόμενη ποσότητα και επομένως αυξάνεται η τιμή.

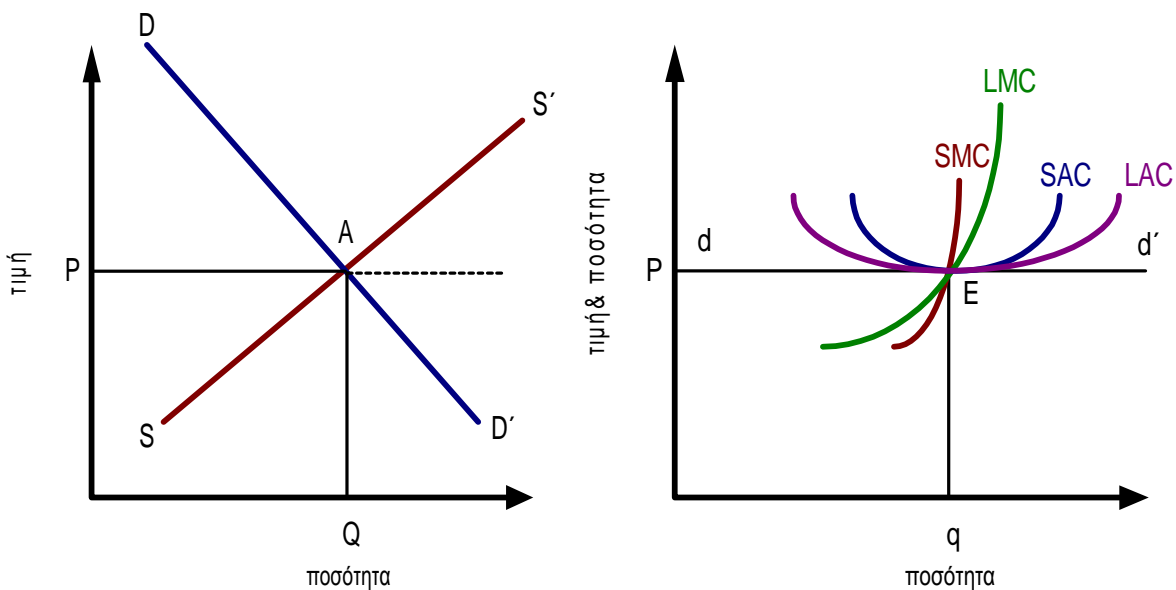
2.9 Μακροχρόνια ισορροπία της Αγοράς

Η αγορά βρίσκεται σε μακροχρόνια ισορροπία, όταν στην τιμή που επικρατεί όλες οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε ισορροπία, δηλαδή παράγουν στο χαμηλότερο σημείο της καμπύλης του μακροχρόνιου μέσου κόστους (LAC) και πραγματοποιούν κανονικά κέρδη. Δεν υπάρχει είσοδος ή έξοδος επιχειρήσεων από τον κλάδο. Κατά συνέπεια το προϊόν του κλάδου θα βρίσκεται σε ισορροπία, που σημαίνει ότι δεν υπάρχουν δυνάμεις που ωθούν το προϊόν του κλάδου είτε να αυξηθεί είτε να μειωθεί.

Οι επιχειρήσεις οδηγούνται στο να παράγουν σε επίπεδο που αντιστοιχεί στο ελάχιστο μέσο κόστος και δεν το επιλέγουν. Στο επίπεδο αυτό οι επιχειρήσεις μεγιστοποιούν τα κέρδη τους και ελαχιστοποιούν το κόστος παραγωγής. Η μεγιστοποίηση των κερδών της επιχειρήσεως εξασφαλίζεται από την ισότητα:

$$LMC = SMC = P = MR$$

Διάγραμμα1: Μακροχρόνια Ισορροπία Αγοράς & Ανταγωνιστικής Επιχειρήσεως που Χρησιμοποιεί Ομογενείς Συντελεστές Παραγωγής.



Τα κέρδη αυτά είναι κανονικά, γεγονός που διασφαλίζεται από την ισότητα :

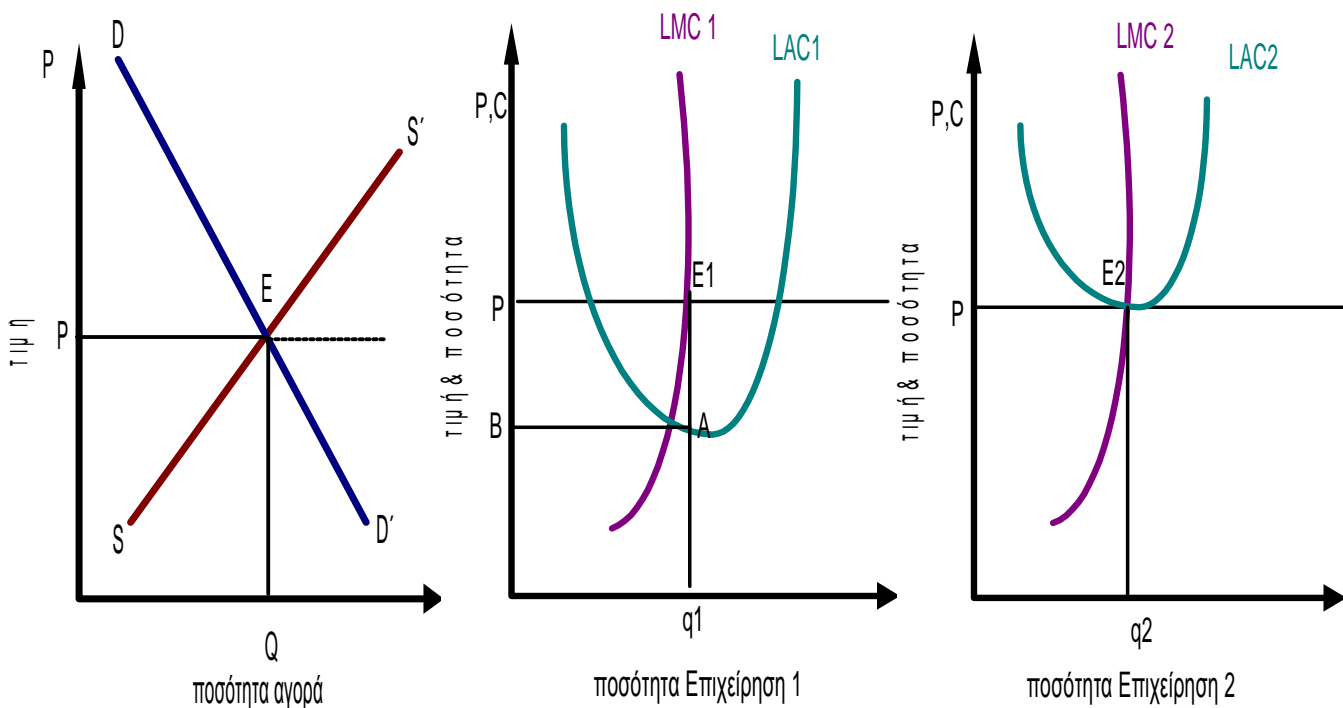
$$LAC = SAC = P$$

και επιτυγχάνονται στο ελάχιστο σημείο της καμπύλης LAC. Με όλες τις επιχειρήσεις σε ισορροπία, χωρίς είσοδο ή έξοδο επιχειρήσεων στον κλάδο, η καμπύλη προσφοράς SS' παραμένει σταθερή. Με δεδομένη την καμπύλη ζήτησης του κλάδου DD' το μακροχρόνιο σημείο ισορροπίας είναι το E στο οποίο αντιστοιχεί P, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1. Στο σημείο E κάθε επιχείρηση παράγει το άριστο επίπεδο προϊόντος. Όλες οι επιχειρήσεις όμως μπορούν να παράγουν το άριστο επίπεδο προϊόντος μόνο αν έχουν στο ίδιο σημείο το ελάχιστο μακροχρόνιο μέσο κόστος, Αλλά αυτό είναι απίθανο να συμβεί εκτός αν οι συντελεστές παραγωγής είναι ομογενείς, που σημαίνει ότι κάτω από συνθήκες τέλει ανταγωνισμού στις αγορές των συντελεστών παραγωγής οι αμοιβές τους είναι ίδιες για όλους τους παραγωγούς και επομένως όλες οι επιχειρήσεις έχουν τις ίδιες καμπύλες κόστους. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι όλες οι μονάδες των

συντελεστών παραγωγής είναι ίδιες και κατά συνέπεια κάθε επιχείρηση μπορεί να συνδυάσει τους ίδιους συντελεστές παραγωγής με τον ίδιο τρόπο .

Έστω ότι όλοι οι συντελεστές παραγωγής εκτός από το μανάτζμεντ είναι ομογενείς. Αυτό σημαίνει ότι το κόστος μεταξύ των επιχειρήσεων διαφέρει , επειδή σε μερικές επιχειρήσεις τα στελέχη τους όντας πιο αποδοτικά από εκείνα των άλλων επιχειρήσεων , μπορούν να χρησιμοποιήσουν τους ίδιους συντελεστές παραγωγής για να παράγουν ένα συγκεκριμένο επίπεδο προϊόντος πιο φθηνά , έστω και αν οι επιχειρήσεις πάρουν το ίδιο προϊόν και το πουλήσουν στην ίδια τιμή. Αυτό συνεπάγεται ότι ακόμα και μακροχρόνια μερικές επιχειρήσεις μπορεί να έχουν υπέρ κανονικά κέρδη.

Διάγραμμα 2: Μακροχρόνια Ισοροπία Αγοράς & Ανταγωνιστικής Επιχειρήσεως που Χρησιμοποιεί Ετερογενείς Συντελεστές Παραγωγής.



Στο Διάγραμμα 2 η Επιχείρηση 1 έχει τα πιο αποδοτικά στελέχη και επομένως χαμηλότερο κόστος από την Επιχείρηση 2. Έστω ότι μακροχρόνια η αποδοτικότητα της Επιχειρήσεως 2 είναι τέτοια ώστε να της επιτρέπει να παραμείνει στον κλάδο και να έχει κανονικά κέρδη. Θα μπορούσε να λεχθεί ότι η Επιχείρηση 2 είναι οριακή επιχείρηση, γιατί σε οποιαδήποτε πτώση τιμής θα εξαναγκασθεί να εγκαταλείψει τον κλάδο. Αντίθετα η Επιχείρηση 1, εξαιτίας της πιο αποτελεσματικής διοικήσεως που διαθέτει,

μπορεί να έχει υπέρ κανονικά κέρδη, που απεικονίζονται από την επιφάνεια PE1AB. Η μόνη περίπτωση που θα υποχρεώσει την Επιχείρηση 1 να πραγματοποιήσει μόνο κανονικά κέρδη, είναι εκείνη κατά την οποία θα εισέλθουν στον κλάδο πιο αποδοτικές επιχειρήσεις ικανές να ανταγωνιστούν πιο αποτελεσματικά την Επιχείρηση 1 από ότι η Επιχείρηση 2. Αν και η έκβαση αυτή είναι πιθανή, συνήθως δεν συναντάται στην πραγματικότητα και φυσικά θα οδηγήσει στην απομάκρυνση της Επιχειρήσεως 2 από τον κλάδο. Από τα ανώτερα έπεται ότι κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού μερικές επιχειρήσεις μπορούν να πραγματοποιούν υπέρ κανονικά κέρδη, αν έχουν πιο αποδοτική διοίκηση από άλλες επιχειρήσεις.

Τέλος, στην περίπτωση που όλοι οι συντελεστές της παραγωγής είναι ετερογενείς, οι διαφορές κόστους μεταξύ των επιχειρήσεων είναι ακόμα μεγαλύτερες, διότι όλοι οι συντελεστές παραγωγής είναι διαφορετικοί και όχι μόνο η διοίκηση των επιχειρήσεων. Έτσι οι επιχειρήσεις που μπορούν να απασχολήσουν πιο αποδοτικούς συντελεστές παραγωγής (π.χ εργασία) σε σχέση με τις αμοιβές τους (π.χ ημερομίσθιο), θα πλεονεκτούν έναντι των άλλων επιχειρήσεων. Όσο πιο αποδοτικοί είναι οι συντελεστές της παραγωγής που απασχολούν τόσο μεγαλύτερα είναι τα κέρδη που επιτυγχάνουν σε σχέση με εκείνα των λιγότερο αποδοτικών επιχειρήσεων. Οι αποδοτικές επιχειρήσεις έχουν υπέρ κανονικά κέρδη, ενώ οι οριακές επιχειρήσεις μόνο κανονικά κέρδη⁷.

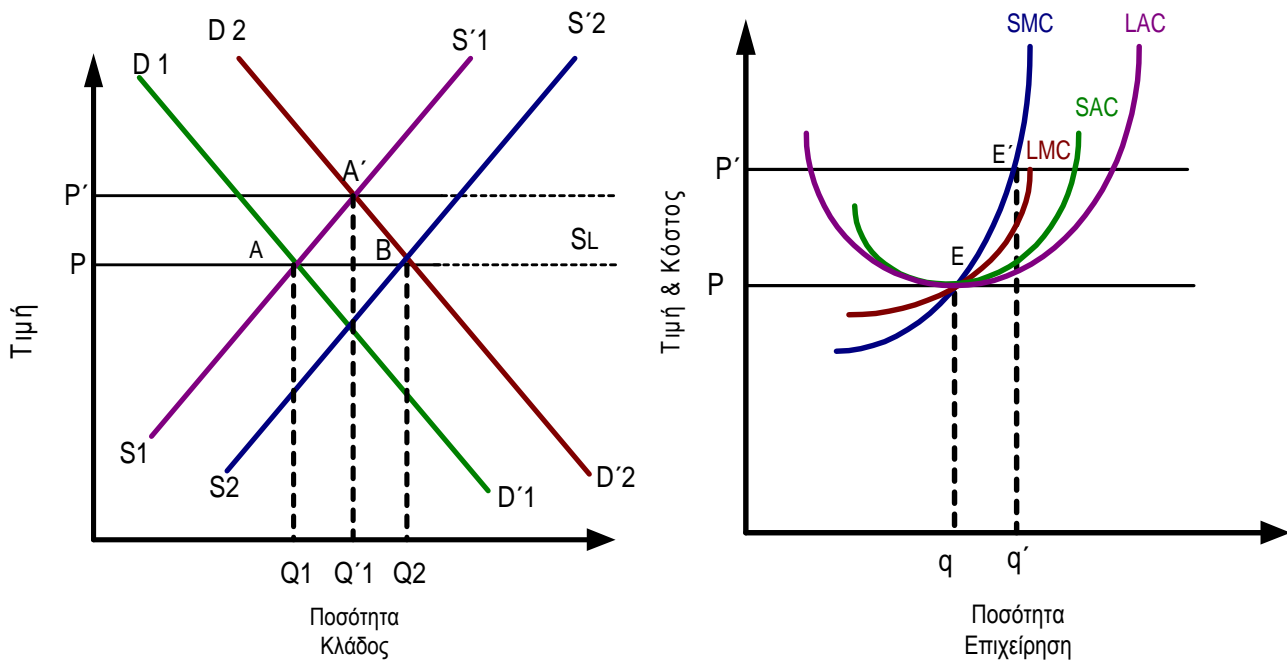
2.10 Μακροχρόνια Καμπύλη προσφοράς ενός Κλάδου

Η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς ενός κλάδου σε συνθήκες τέλει ανταγωνισμού προσδιορίζει τις ποσότητες που προσφέρονται σε διάφορες τιμές. Οι τιμές ισούνται με το ελάχιστο μακροχρόνιο κόστος των επιχειρήσεων, ενώ οι ποσότητες αντιστοιχούν στα επίπεδα ισορροπίας του κλάδου για κάθε τιμή. Η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς του κλάδου μπορεί να είναι σταθερή, αύξουσα ή φθίνουσα κλίση. Κατ' αναλογία οι κλάδοι μπορεί να είναι σταθερού αυξανόμενου και φθίνοντος κόστους. Η μορφή της καμπύλης προσφοράς εξαρτάται από τις συνθήκες παραγωγής που επικρατούν στο κλάδο.

Κλάδος Σταθερού Κόστους

Είναι πιθανό μερικοί κλάδοι να μην υπόκεινται σε εξωτερικές οικονομίες ή αντιοικονομίες. Οι κλάδοι αυτοί είναι σταθερού κόστους μακροχρόνια. Σε ένα κλάδο σταθερού κόστους η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς είναι οριζόντια. Μια αύξηση της

ζητήσεως προκαλεί βραχυχρόνια κέρδη με αποτέλεσμα νέες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο. Η είσοδος νέων επιχειρήσεων θα επιφέρει αύξηση της παραγωγής ούτο σώστε να ανταποκριθεί το προϊόν στην αύξηση της ζήτησης. Επειδή όμως πρόκειται για έναν κλάδο σταθερού κόστους η είσοδος των νέων επιχειρήσεων δεν προκαλεί μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής.



Ας αρχίσουμε από την μακροχρόνια ισορροπία του κλάδου και της επιχειρήσεως. Τα σημεία ισορροπίας του κλάδου είναι το A, στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP . Η καμπύλη ζήτησης της επιχείρησης εφάπτεται της βραχυχρόνιας και της μακροχρόνιας καμπύλης μέσου κόστους στα ελάχιστα τους σημεία που συμπίπτουν στο E. Στο σημείο ισορροπίας E αντιστοιχεί ποσότητα q . Στο σημείο E η επιχείρηση έχει μόνο κανονικά κέρδη. Έστω ότι η αγοραία ζήτηση αυξάνει από $D1D'1$ σε $D2D'2$. Βραχυχρόνια θα επέλθει αύξηση των τιμών από OP σε OP' . Όλες οι επιχειρήσεις τώρα έχουν υπέρ κανονικά κέρδη και μπορούν να κερδίσουν περισσότερα αν αυξήσουν την παραγωγή τους. Προκειμένου να το επιτύχουν με τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις, οι επιχειρήσεις θα λειτουργήσουν πάνω από την παραγωγική τους ικανότητα. Το βραχυχρόνιο σημείο ισορροπίας για την επιχείρηση είναι το E, στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP' και ποσότητα Qq' . Καθόσον το βραχυχρόνιο σημείο ισορροπίας της επιχείρησης κινείται πάνω από στην καμπύλη SMC, ο κλάδος κινείται κατά μήκος της καμπύλης προσφοράς $S1S'1$. Η κατάσταση αυτή όμως δεν μπορεί να παραμείνει μακροχρόνια. Οι υψηλές τιμές και τα υπέρ κανονικά κέρδη προσελκύουν νέες επιχειρήσεις στον κλάδο. Υποτίθεται ότι όλοι οι

παραγωγικοί συντελεστές που ασχολούνται στον κλάδο είναι ανειδίκευτοι. Έτσι η αύξηση της ζήτησεως των συντελεστών παραγωγής δεν επιφέρουν άνοδο στις τιμές τους. Κατά συνέπεια, η καμπύλη LAC των υφιστάμενων επιχειρήσεων δεν μετατοπίζεται προς τα άνω. Το ίδιο συμβαίνει και με τις νέες επιχειρήσεις που λειτουργούν με τις ίδιες συνθήκες κόστους. Η μακροχρόνια προσαρμογή που προέκυψε από την μετατόπιση της ζήτησης συμπληρώνεται, όταν ο αριθμός των επιχειρήσεων αυξάνεται μέχρι του σημείου όπου η καμπύλη προσφοράς του κλάδου λαμβάνει τη θέση S_2S_2' . Αν η καμπύλη ζήτησεως εξακολουθεί να παραμένει η D_2D_2' , το σημείο ισορροπίας είναι το B στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP. Η πτώση της τιμής στο παλαιό επίπεδο συνεπάγεται ότι οι νέες επιχειρήσεις δεν θα έχουν πια κίνητρο να εισέλθουν στο κλάδο, γιατί υπάρχουν μόνο κανονικά κέρδη. Έτσι κάθε επιχείρηση, παλαιά και νέα, θα παράγει ποσότητα Oq ενώ ο κλάδος θα παράγει OQ_2 . Αν επέλθει μια περαιτέρω αύξηση της ζήτησεως θα επαναληφθεί η ίδια διαδικασία που περιγράφηκε παραπάνω και θα προκύψει ένα νέο μακροχρόνιο σημείο ισορροπίας. Αν ενώσουμε τα σημεία A, B, ... θα σχηματίσουμε την μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς η οποία είναι οριζόντια ευθεία S_L που είναι παράλληλη με τον οριζόντιο άξονα και ξεκινάει από το αρχικό επίπεδο των τιμών.

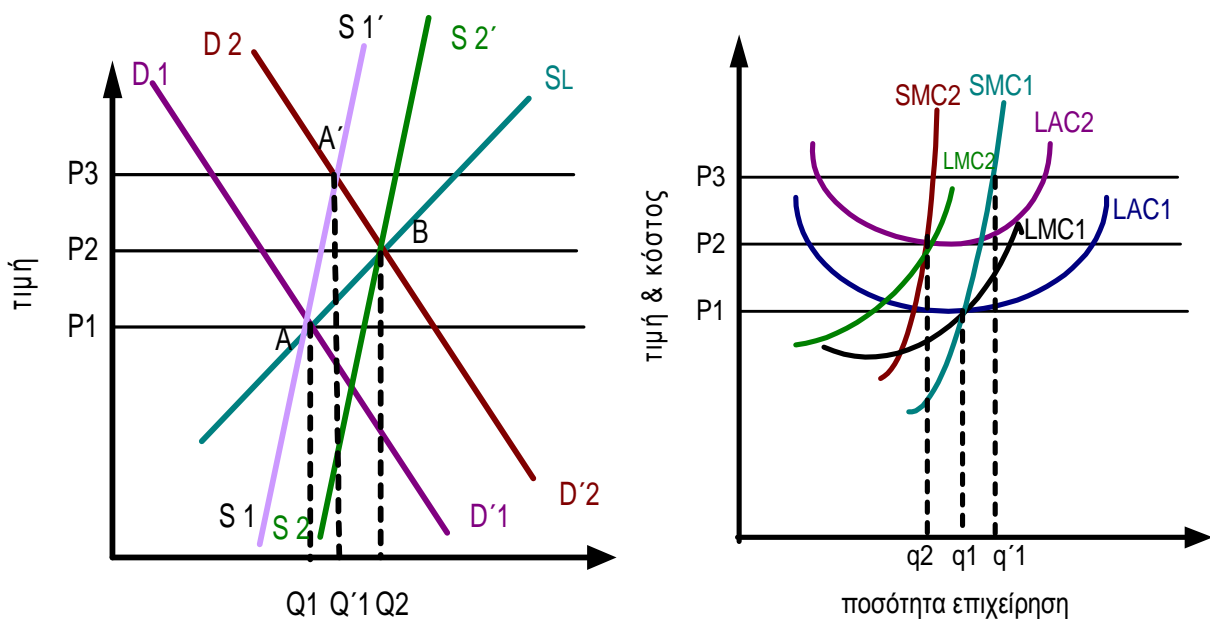
Στην περίπτωση αυτή αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων και το προϊόν του κλάδου, αλλά παραμένει σταθερή η τιμή και η παραγωγή των επιχειρήσεων. Με βάση τα όσα προαναφέρθηκαν μπορούμε να δώσουμε τον ακόλουθο ορισμό:

Ένας κλάδος λέγεται ότι είναι σταθερού κόστους, όταν η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς είναι οριζόντια γραμμή, που δείχνει ότι το ανά μονάδα κόστος παραμένει αμετάβλητο καθώς το προϊόν του κλάδου αυξάνει⁷.

Κλάδος Αυξανόμενου Κόστους

Έστω ότι μερικοί κλάδοι υπόκεινται σε εξωτερικές αντιοικονομίες. Η επέκταση τέτοιων κλάδων, προκαλεί την προς τα πάνω μετατόπιση των καμπυλών κόστους. Η άνοδος αυτή έχει ως αποτέλεσμα η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς να είναι αύξουσα.

Έστω ότι στην αρχική κατάσταση ο κλάδος και η επιχείρηση βρίσκονται σε ισορροπία. Το σημείο ισορροπίας του κλάδου είναι το A, όπου η αγοραία καμπύλη ζήτησης D_1D_1' τέμνει την αγοραία καμπύλη προσφοράς S_1S_1' .



Το σημείο ισορροπίας για κάθε επιχείρηση είναι το E1, το οποίο αντιστοιχεί στο ελάχιστο σημείο της καμπύλης του βραχυχρόνιου μέσου κόστους και μακροχρόνιου μέσου κόστους. Στην αρχική θέση ισορροπίας της επιχείρησης και του κλάδου αντιστοιχεί τιμή OP1 και ποσότητα για μεν την επιχείρηση Oq1 για δε τον κλάδο OQ1. Η επιχείρηση έχει μόνο κανονικά κέρδη. Αν η αγοραία ζήτηση μετατοπισθεί από τη θέση D1D'1 στη θέση D2D'2, η τιμή θα αυξηθεί βραχυχρόνια από OP1 σε OP2. Η υψηλότερη τιμή συνεπάγεται υπέρ κανονικά κέρδη για την επιχείρηση. Οι υπάρχουσες επιχειρήσεις για να επωφεληθούν των υπέρ κανονικών κερδών θα λειτουργήσουν πέρα από το άριστο μέγεθος εγκατάστασης. Συγκεκριμένα η τυπική επιχείρηση στην τιμή στην τιμή OP2 θα παράγει ποσότητα Oq'1. Συνεπώς το προϊόν του κλάδου θα αυξηθεί βραχυχρόνια από OQ1 σε OQ'1. Εκτός όμως από την αύξηση της προσφοράς από τις ήδη λειτουργούσες επιχειρήσεις, τα υπέρ κανονικά κέρδη θα προσελκύσουν νέες επιχειρήσεις στον κλάδο. Στην περίπτωση όμως αυτή καθώς το μέγεθος του κλάδου αυξάνει οι επιχειρήσεις μπορεί να χρησιμοποιήσουν και λιγότερους αποδοτικούς συντελεστές παραγωγής με αποτέλεσμα να αυξηθεί το κόστος. Η χρησιμοποίηση ετερογενών συντελεστών παραγωγής σημαίνει ότι ο κλάδος υπόκειται σε εξωτερικές αντικοινομίες. Η αύξηση του κόστους παραγωγής σημαίνει ότι οι καμπύλες LAC όλων των επιχειρήσεων μετατοπίζονται προς τα πάνω.

Η διαδικασία προσαρμογής γίνεται σταδιακά. Η καμπύλη LAC1 της επιχείρησης μετακινείται βαθμιαία προς τα πάνω και έστω ότι παίρνει την θέση LAC2. Η καμπύλη του βραχυχρόνιου οριακού κόστους της επιχείρησης κινείται προς τα αριστερά, με αποτέλεσμα να υπάρχει τάση μετατοπίσεως της καμπύλης προσφοράς του κλάδου προς

τα αριστερά . Ταυτόχρονα όμως, η προσφερόμενη ποσότητα αυξάνει καθώς νέες επιχειρήσεις εισέρχονται στον κλάδο με συνέπεια η αγοραία προσφορά να τείνει να μετατοπισθεί προς τα δεξιά. Η τελευταία αυτή μετατόπιση είναι μεγαλύτερη της προς τα αριστερά μετατοπίσεως, που οφείλεται στην αύξηση του κόστους των συντελεστών παραγωγής με αποτέλεσμα τελικά η καμπύλη προσφοράς να μετατοπισθεί προς τα δεξιά από την θέση $S1S'1$ στη θέση $S2S'2$ και να οδηγήσει σε πτώση της τιμής από $OP2$ σε $OP3$. Η μετακίνηση της καμπύλης προσφοράς από την θέση $S1S'1$ στη θέση $S2S'2$ δεν είναι τόσο έντονη όσο εκείνη που συμβαίνει σε ένα κλάδο με σταθερό κόστος. Αν η αύξηση του κόστους των τιμών των συντελεστών παραγωγής είναι σημαντική, η νέα τιμή ισορροπίας μπορεί να παραμείνει στο βραχυχρόνιο επίπεδο ισορροπίας παρά τη μετατόπιση της καμπύλης προσφοράς. Σε οποιαδήποτε περίπτωση η νέα αγοραία τιμή θα είναι μεγαλύτερη από την αρχική τιμή $OP1$.

Η διαδικασία προσαρμογής συνεχίζεται μέχρις ότου επιτευχθεί μακροχρόνια ισορροπία. Στο παραπάνω διάγραμμα η μακροχρόνια ισορροπία επιτυγχάνεται στο σημείο B , όπου η καμπύλη προσφοράς $S2S'2$ τέμνει την καμπύλη ζήτησεως $D2D'2$. Στο σημείο B αντιστοιχεί τιμή $OP3$. Κάθε επιχείρηση παράγει στο σημείο $E2$, όπου η τιμή ισούται με το ελάχιστο μέσο συνολικό κόστος. Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι στους κλάδους με σταθερό κόστος θα εισέρχονται νέες επιχειρήσεις μέχρις ότου η τιμή επανέλθει στο ελάχιστο μακροχρόνιο μέσο κόστος που είναι το ίδιο για κάθε επιχείρηση . Στους κλάδους με αυξανόμενο κόστος θα εισέρχονται νέες επιχειρήσεις μέχρις ότου το ελάχιστο του μακροχρόνιου μέσου κόστους μετατοπισθεί προς τα πάνω και εξισωθεί με την νέα τιμή.

Πρέπει να σημειωθεί ότι για κάθε νέα ισορροπία του κλάδου το επίπεδο παραγωγής της επιχειρήσεως είναι μεγαλύτερο, ίσο ή μικρότερο του αρχικού επιπέδου ισορροπίας. Αυτό εξαρτάται από μετατοπίσεις των καμπύλων κόστους. Στο παραπάνω διάγραμμα υποθέτουμε ότι το προϊόν της επιχειρήσεως μειώνεται έναντι του αρχικού προϊόντος ($Oq2 < Oq1$). Πάντως σε κάθε κλάδο αυξανόμενου κόστους η αγοραία τιμή, το προϊόν του κλάδου και ο αριθμός των επιχειρήσεων θα αυξάνουν καθώς η καμπύλη ζήτησεως του προϊόντος μετατοπίζεται προς τα δεξιά.

Μια περαιτέρω αύξηση της ζήτησεως θα προκαλέσει ανάλογα αποτελέσματα με όσα προαναφέρθηκαν . Αν ενώσουμε τα σημεία , A , B , ...σχηματίζουν την καμπύλη προσφοράς S_L που έχει θετική κλίση και είναι πιο ελαστική από την βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς. Αυτό δείχνει ότι υπάρχουν μεγαλύτερες δυνατότητες προσαρμογής

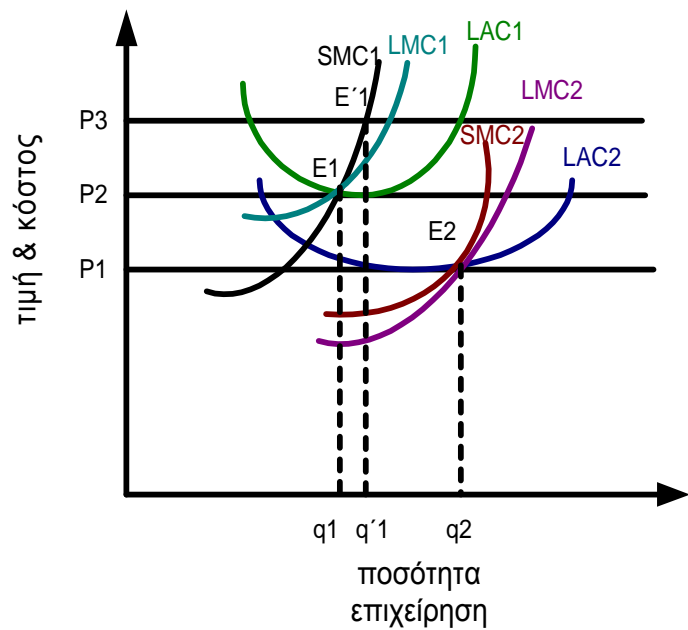
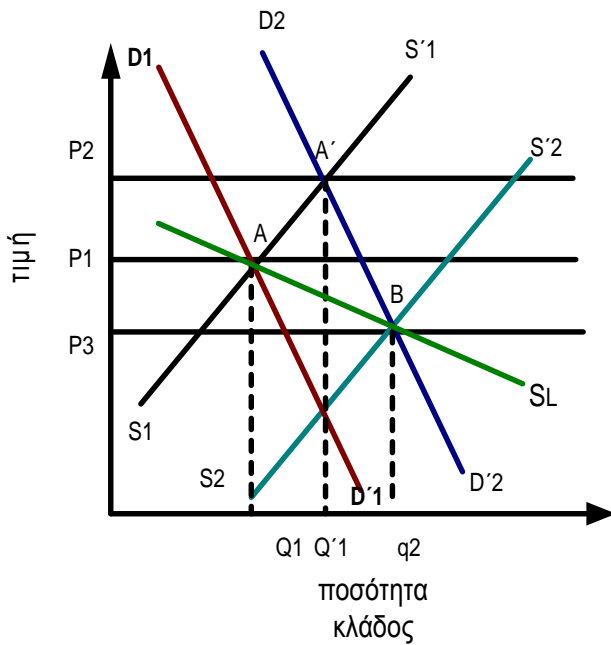
της προσφοράς μακροχρόνια. Με βάση τα όσα προαναφέρθηκαν μπορούμε να δώσουμε τον ακόλουθο ορισμό:

Ένας κλάδος λέγεται ότι είναι αυξανόμενου κόστους, όταν η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς έχει θετική κλίση, που δείχνει ότι το ανά μονάδα κόστος των επιχειρήσεων αυξάνει καθώς το προϊόν του κλάδου αυξάνει⁷.

Κλάδος Φθίνοντος Κόστους

Αν υποθέσουμε ότι ένας κλάδος υπόκειται σε εξωτερικές οικονομίες, τότε καθώς η παραγόμενη από τον κλάδο ποσότητα αυξάνει, η μακροχρόνια καμπύλη του μέσου κόστους κάθε επιχειρήσεως μετατοπίζεται προς τα κάτω, αναγκάζοντας την μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς του κλάδου να εμφανίσει αρνητική κλίση.

Αν το μακροχρόνιο μέσο κόστος μιας επιχειρήσεως μειωνόταν επ' άπειρο, τότε το γεγονός αυτό θα κατασττούσε τον ανταγωνισμό αδύνατο, γιατί η επιχείρηση που θα μπορούσε να μεγεθυνθεί περισσότερο θα είχε πάντοτε την δυνατότητα να μειώσει τις τιμές και να εξακολουθεί να πραγματοποιεί κέρδη. Έτσι μια τέτοια επιχείρηση θα μονοπωλούσε τον κλάδο. Αλλά αν το φθίνον κόστος οφείλεται σε εξωτερικούς προς την επιχείρηση παράγοντες ο ανταγωνισμός θα εξακολουθήσει να υπάρχει για τους εξής λόγους. Κατ' αρχήν πρέπει να λεχθεί ότι η επιχείρηση ενδιαφέρεται μόνο για το δικό της κόστος. Έτσι καθώς το προϊόν κάθε επιχειρήσεως αυξάνει, η επιχείρηση τείνει να λειτουργεί σε χαμηλότερο σημείο της δικής της καμπύλης κόστους. Αλλά κυρίως το γεγονός ότι το κόστος όλων των επιχειρήσεων μειώνεται, καθώς ο κλάδος επεκτείνεται δεν θα επιτρέψει σε καμία επιχείρηση να προσπαθήσει να μονοπωλήσει τον κλάδο. Επομένως κλάδοι με φθίνον κόστος το οποίο οφείλεται σε εξωτερικές οικονομίες, μπορεί να είναι συνεπείς με πλήρη ανταγωνισμό. Η διαδικασία βάση της οποίας προκύπτει η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς κλάδου με φθίνον κόστος περιγράφεται στο παρακάτω διάγραμμα.



Έστω ότι στο σημείο A είναι το αρχικό σημείο ισορροπίας του κλάδου, όπου η καμπύλη ζήτησης του κλάδου D_1D_1' τέμνει την καμπύλη προσφοράς S_1S_1' . Στο σημείο A αντιστοιχεί τιμή OP_1 και ποσότητα OQ_1 . Στην τιμή OP_1 η επιχείρηση βρίσκεται σε ισορροπία στο σημείο E_1 , στο οποίο αντιστοιχεί ποσότητα Oq_1 και έχει μόνο κανονικά κέρδη.

Έστω ότι η αγοραία καμπύλη ζήτησης μετατοπίζεται προς τα δεξιά με αποτέλεσμα να αυξηθεί βραχυχρόνια η τιμή και η επιχείρηση να απολαμβάνει υπέρ κανονικά κέρδη, τα οποία προσελκύουν νέες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται αύξηση της ζήτησης των συντελεστών παραγωγής με αποτέλεσμα να ενθαρρυνθούν οι επιχειρήσεις που προμηθεύουν τις εισροές και να προβούν σε εκσυγχρονισμό και καινοτομίες με απώτερο σκοπό τη μείωση του κόστους. Για το λόγο αυτό υποθέτουμε ότι η επιχείρηση απολαμβάνει εξωτερικών οικονομικών, που προκαλούν μετατόπιση των καμπυλών κόστους της επιχειρήσεως προς τα κάτω. Επειδή η καμπύλη προσφοράς του κλάδου μετατοπίζεται προς τα δεξιά λόγω της εισόδου νέων επιχειρήσεων η τιμή μειώνεται. Έστω ότι το νέο σημείο ισορροπίας είναι το B, στο οποίο αντιστοιχεί τιμή P_3 και ποσότητα Q_3 . Η νέα τιμή ισορροπίας P_3 συμπίπτει με το ελάχιστο μακροχρόνιο μέσο κόστος της επιχειρήσεως. Στο σημείο επαφής E_2 αντιστοιχεί ποσότητα q_2 . Η διαδικασία προσαρμογής που ακολουθεί σε νέα αύξηση της ζήτησεως είναι ακριβώς η ίδια με αυτή που περιγράφηκε πιο πάνω.

Αν ενώσουμε τα διάφορα σημεία ισορροπίας A, B, ... σχηματίζουμε τη μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς S_L που έχει αρνητική κλίση. Μπορούμε να

παρατηρήσουμε ότι σε ένα κλάδο με φθίνον κόστος ο αριθμός των επιχειρήσεων και το προϊόν αυξάνουν, ενώ η αγοραία τιμή μειώνεται. Με βάση τα όσα προαναφέρθηκαν μπορούμε να δώσουμε τον ακόλουθο ορισμό:

Ένας κλάδος λέγεται ότι είναι φθίνοντος κόστους, όταν η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς έχει αρνητική κλίση, που δείχνει ότι το ανά μονάδα κόστος των επιχειρήσεων μειώνεται καθώς το προϊόν του κλάδου αυξάνει⁷.

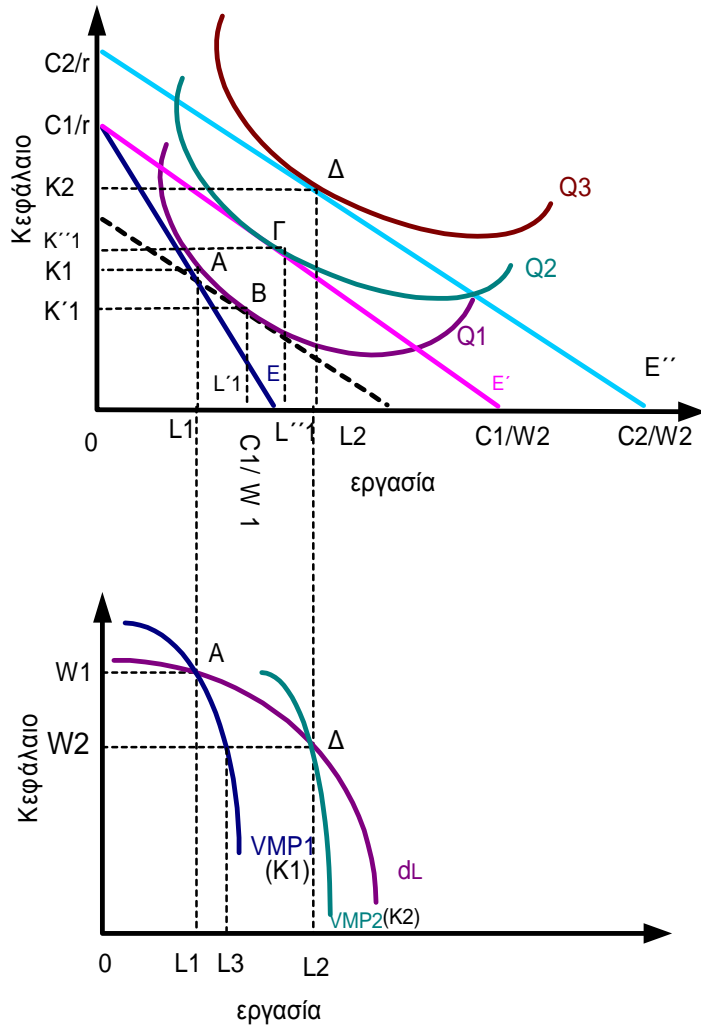
2.11 Μακροχρόνια συνάρτηση ζήτησης εργασίας της επιχείρησης σε συνθήκες Πλήρους Ανταγωνισμού.

Υποθέτουμε ότι μια επιχείρηση απασχολεί δυο παραγωγικούς συντελεστές, εργασία L και κεφάλαιο K και ότι ο στόχος μας είναι η εξαγωγή της καμπύλης ζήτησης της για εργασία στη μακροχρόνια περίοδο. Αν οι αρχικές τιμές της εργασίας και του κεφαλαίου είναι W_1 και r αντίστοιχα, η επιχείρηση βρίσκεται σε ισορροπία στο σημείο A όπου απασχολεί OL_1 μονάδες εργασίας, OK_1 μονάδες κεφαλαίου και παράγει Q_1 ποσότητα προϊόντος.

Έστω τώρα ότι μειώνεται η τιμή της εργασίας σε W_2 , μείωση που έχει ως αποτέλεσμα την μεταβολή λόγω των τιμών των παραγωγικών συντελεστών. Η γραμμή ίσου κόστους μετακινείται στη θέση $Z'E''$ με κλίση ίση προς το νέο λόγο τιμών των συντελεστών. Το νέο σημείο ισορροπίας είναι το Δ και η επιχείρηση χρησιμοποιεί OL_2 μονάδες εργασίας, OK_2 μονάδες κεφαλαίου και παράγει Q_3 μονάδες προϊόντος. Επομένως η μείωση του μισθού έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ζητούμενης ποσότητας για εργασία.

Η μετακίνηση από το σημείο A στο σημείο Δ οφείλεται σε τρεις διαφορετικές επιδράσεις: στο αποτέλεσμα υποκατάστασης, στο αποτέλεσμα προϊόντος και στο αποτέλεσμα μεγιστοποίησης κερδών.

Η μείωση του μισθού από W_1 σε W_2 κατέστησε την εργασία φθηνότερη σε σχέση με το κεφάλαιο και επομένως η επιχείρηση έχει κίνητρο να απασχολήσει περισσότερες μονάδες εργασίας. Αν η επιχείρηση διατηρούσε την παραγωγή της σε επίπεδο Q_1 , που ίσχυε πριν την μεταβολή της τιμής της εργασίας, το σημείο ισορροπίας θα ήταν το B , στο οποίο αντιστοιχούν $OL'1$, και $OK'1$ μονάδες εργασίας και κεφαλαίου αντίστοιχα. Το



σημείο αυτό προκύπτει αν φέρουμε μια γραμμή ίσου κόστους παράλληλη προς τη γραμμή $Z'E''$ εφαπτόμενη της αρχικής καμπύλης ίσου προϊόντος .

Η μετακίνηση από το σημείο A στο B είναι το αποτέλεσμα υποκατάστασης. Επιπλέον, η επιχείρηση λόγω της μείωσης του μισθού και με σταθερό το επίπεδο του συνολικού κόστους $C1$ μπορεί να απασχολήσει περισσότερη εργασία ή/ και κεφάλαιο και να παράγει υψηλότερο επίπεδο προϊόντος $Q2$ στο σημείο Γ.

Η μετακίνηση από το σημείο B στο σημείο Γ είναι το αποτέλεσμα προϊόντος . Μια επιχείρηση, όμως, που μεγιστοποιεί το κέρδος της δε θα παραμείνει στο σημείο Γ, διότι η μείωση του μισθού έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του οριακού παραγωγής και με δεδομένο ότι η επιχείρηση λειτουργεί σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού θα πρέπει να αυξήσει την παραγωγή της και συνεπώς τις δαπάνες της, $C2$, για τους παραγωγικούς συντελεστές .

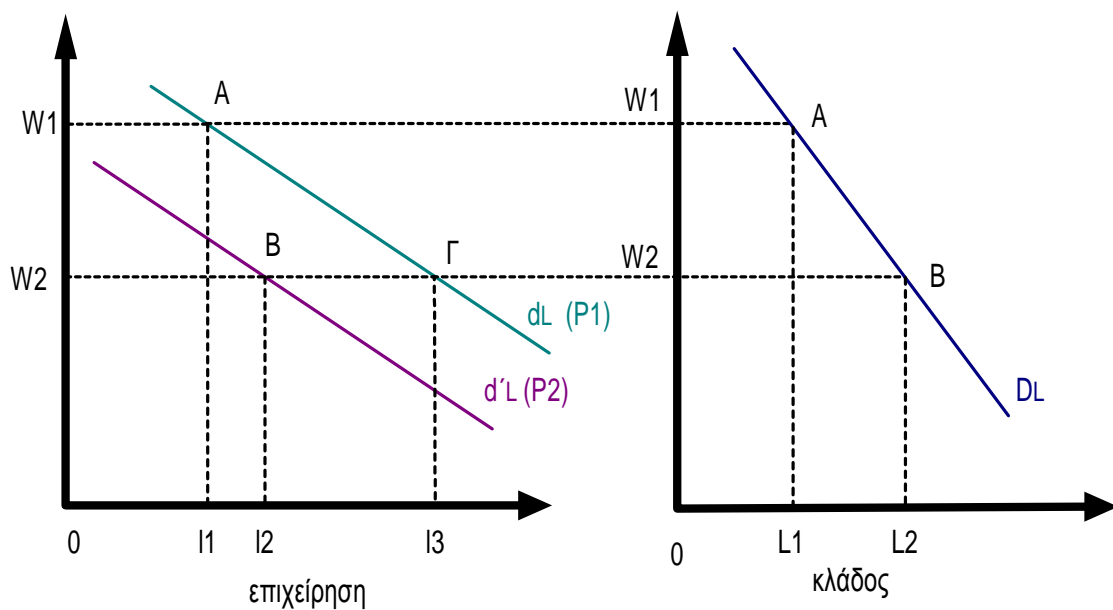
Η μετακίνηση από το σημείο Γ στο Δ είναι το αποτέλεσμα μεγιστοποίησης των κερδών. Αξίζει να επισημανθεί ότι η μείωση της τιμής της εργασίας συνοδεύτηκε λόγω των αποτελεσμάτων προϊόντος και μεγιστοποίηση των κερδών από αύξηση της χρήσης και του κεφαλαίου.

Όταν ο μισθός είναι $W1$ η ζητούμενη ποσότητα εργασίας είναι $L1$, σημείο A του παραπάνω διαγράμματος. Στο μισθό $W2$ αντιστοιχεί ποσότητα εργασίας $L2$, σημείο Δ , και συνεπώς τα σημεία A και Δ αποτελούν σημεία της μακροχρόνιας καμπύλης ζήτησης της εργασίας για μια επιχείρηση. Επομένως η εν λόγω καμπύλη ζήτησης, d_L , δεν είναι ταυτόσημη με την αξία του οριακού προϊόντος της εργασίας διότι στο σημείο ισορροπίας Δ αντιστοιχεί μεγαλύτερη ποσότητα κεφαλαίου $K2$, που οδηγεί σε αύξηση του οριακού προϊόντος της εργασίας και συνεπώς σε μετακίνηση της καμπύλης $VMP1$ προς τη θέση $VMP2$ ¹¹.

2.12 Συνολική μακροχρόνια καμπύλη ζήτησης της εργασίας σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού

Όπως και στη βραχυχρόνια περίοδο, η συνολική καμπύλη ζήτησης δεν προκύπτει από το οριακό άθροισμα των ζητούμενων ποσοτήτων για εργασία από όλες τις επιχειρήσεις, διότι η καμπύλη ζήτησης για εργασία της κάθε επιχείρησης στηρίζεται, όπως είδαμε στο προηγούμενο τμήμα, στην υπόθεση ότι η τιμή του προϊόντος είναι σταθερή. Αν όμως μειωθεί ο μισθός και αυξηθεί η ποσότητα εργασίας που χρησιμοποιείται από κάθε επιχείρηση του κλάδου τότε θα αυξηθεί το συνολικό προϊόν του κλάδου, δηλαδή θα αυξηθεί η προσφορά του προϊόντος, με αποτέλεσμα να μειωθεί η τιμή του. Η μείωση τώρα της τιμής του προϊόντος οδηγεί σε μείωση της αξίας του οριακού προϊόντος της εργασίας και συνεπώς σε μείωση της καμπύλης ζήτησης για εργασία της επιχείρησης.

Με βάση τα παραπάνω βλέπουμε στο διάγραμμα ότι η καμπύλη ζήτησης της για εργασία μιας αντιπροσωπευτικής επιχείρησης είναι η d_L . Αν ακολουθήσουμε την ίδια διαδικασία που περιγράψαμε για την εξαγωγή της συνολικής βραχυχρόνιας καμπύλης ζήτησης, τότε λαμβάνουμε την D_L που αποτελεί την συνολική καμπύλη ζήτησης για εργασία στη μακροχρόνια περίοδο¹¹.



2.13 Ο εφαρμοσμένος ανταγωνισμός

Κανείς δεν περιμένει να εφαρμοστεί ο ανταγωνισμός απόλυτα, τέλεια με την έννοια που δώσαμε πιο πάνω. Αλλά αυτό για το οποίο θα πρέπει να αγωνιζόμαστε σήμερα είναι, αυτό που ο J.M.CLARC του πανεπιστημίου της Columbia έχει ονομάσει "εφαρμόσιμο ανταγωνισμό". Με ειδικά μέτρα πολιτικής μπορούμε να ελπίζουμε ότι θα βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα με την οποία οι τιμές εκφράζουν τις ατομικές ανάγκες και επιθυμίες σε σχέση με το αληθινό κόστος παραγωγής προϊόντων που θα τις καλύπτουν, δηλαδή έναντι του οριακού κόστους που υπολογίζεται σε βάρος άλλων αγαθών που θα μπορούσαν να παραχθούν ή υπολογισμένο στην ποσότητα παραγωγικών συντελεστών που η χρησιμοποίησή τους σημαίνει αρνητική χρησιμότητα.

Από το 1900 ως τώρα έχει μειωθεί ο έλεγχος της αγοράς μειώνοντας το ποσοστό συμμετοχής σε αυτήν των μεγάλων επιχειρήσεων, με τον ίδιο τρόπο ως το τέλος του αιώνα θα περιοριστούν οι μονοπωλιακές ατέλειες της αγοράς. Η εποπτεία του δημοσίου και υποστήριξη από την κοινή γνώμη της αντιμονοπωλιακής πολιτικής είναι απαραίτητα γι' αυτό το σκοπό¹.

2.14 Ατελής ανταγωνισμός

Ορισμός του ατελούς ανταγωνισμού:

Σαν "ατελή ανταγωνισμό", μπορούμε να ορίσουμε τον ανταγωνισμό που επικρατεί σε ένα κλάδο ή σε μία ομάδα παραγωγικών κλάδων, όταν οι επί μέρους πωλητές είναι ατελείς ανταγωνιστές, με την έννοια ότι έχουν κάποια δυνατότητα ελέγχου της τιμής του προϊόντος που πωλούν.

Αυτό όμως δε σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει την απόλυτη μονοπωλιακή δύναμη να ελέγχει την τιμή του προϊόντος της. Υπάρχουν πολλοί και διάφοροι βαθμοί μονοπωλιακών ατελειών στις διάφορες αγορές στις οποίες επικρατεί ατελής ανταγωνισμός.

Επίσης δεν μπορούμε να πούμε ότι το γεγονός ότι μια επιχείρηση είναι ατελής ανταγωνιστής, σημαίνει ότι, δεν επιδιώκει να υποσκελίσει την ανταγωνίστρια επιχείρηση με τη διαφήμιση και την επέκταση των πωλήσεων της. Δεν είναι καθόλου το ίδιο πράγμα οξύς εμπορικός συναγωνισμός και "τέλειος ανταγωνισμός".

Όλα τα προηγούμενα μπορούμε να τα δούμε στα παρακάτω παραδείγματα:

- Ο σιτοκαλλιεργητής, ο οποίος είναι τέλειος ανταγωνιστής, δε χρειάζεται να διαφημίσει καθόλου το προϊόν του. Για ποιο λόγο άλλωστε να το διαφημίσει, μπορεί να πωλεί όλη την ποσότητα σιταριού που είναι σε θέση να παράγει, χωρίς να ασκεί πίεση της τιμής προς τα κάτω.
- Αντιθέτως, μια επιχείρηση η οποία παράγει ορισμένες μάρκες τσιγάρων και είναι ατελής ανταγωνιστής, θα καταβάλει κάθε προσπάθεια, ώστε οι πωλήσεις της να υπολογίσουν τα τσιγάρα μιας άλλης επιχείρησης¹.

2.15 Προσδιορισμός του εργατικού μισθού σε ατελείς συνθήκες ανταγωνισμού

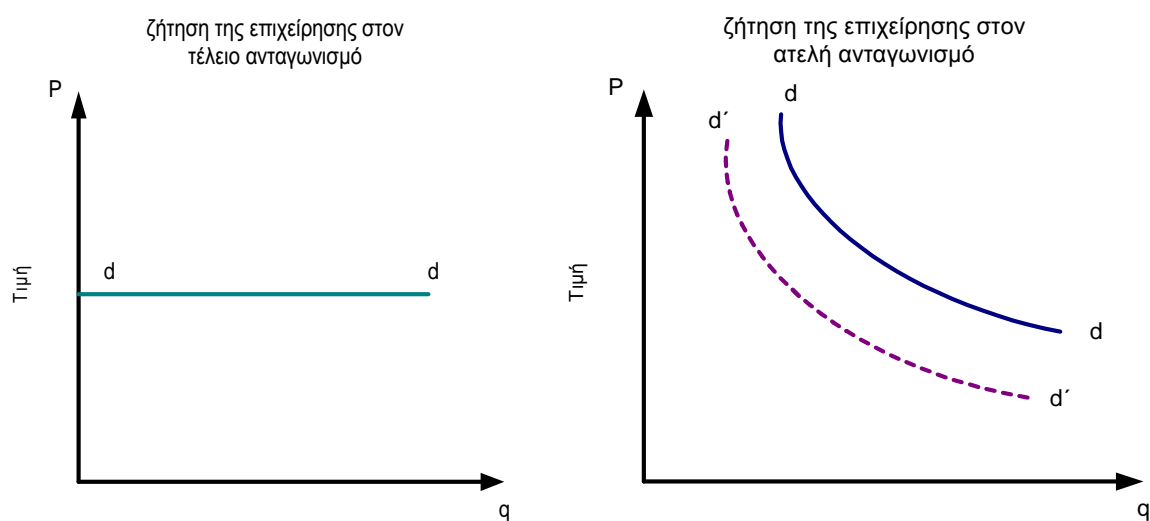
Ο ελεύθερος ανταγωνισμός στην αγορά εργασίας είναι μάλλον σπάνιος γιατί είναι πολύ λίγες οι περιπτώσεις εκείνες στις οποίες ανταγωνίζεται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στην αγορά εργασίας για τη μίσθωση εργασίας.

Οι ατελείς συνθήκες ανταγωνισμού, δημιουργούνται από τους εργοδότες και τις εργατικές ενώσεις. Οι εργοδότες μπορούν να επηρεάσουν το ύψος του μισθού με την αυξομείωση στη ζήτηση εργασίας όσες φορές οι εργάτες δεν είναι οργανωμένοι, Οι

εργατικές ενώσεις μπορούν ως ένα σημείο να επηρεάσουν το ύψος του εργατικού μισθού στις περισσότερες αγορές εργασίας. Αλλά πέρα από αυτά υπάρχει έντονος κρατικός παρεμβατισμός στην αγορά εργασίας που με νόμους καθορίζονται το ελάχιστο επίπεδο μισθού και οι όροι εργασίας.

Έτσι οι εργοδότες δημιουργούν ατελή ανταγωνισμό στην ζήτηση εργασίας και οι εργατικές ενώσεις στην προσφορά εργασίας.

Τέλειος σε αντιπαράθεση με τον ατελή ανταγωνισμό.



Για να διαπιστώσουμε αν ο ανταγωνισμός είναι τέλειος ή ατελής, ελέγχουμε την κλίση της ζήτησης που αντιμετωπίζει η επιχείρηση. Στον τέλειο ανταγωνισμό η επιχείρηση μπορεί να πωλεί όση ποσότητα θέλει κατά μήκος της οριζόντιας γραμμής dd , χωρίς να χρειάζεται να πιέζει την τιμή της αγοράς προς τα κάτω.

Αντίθετα στον ατελή ανταγωνισμό η επιχείρηση βλέπει ότι, όταν αυξάνει την ποσότητα q , η τιμή που μπορεί να εισπράξει πέφτει και συνεπώς η καμπύλη ζήτησής της είναι κατερχόμενη. Εκτός αν είναι αποκλειστικός μονοπωλητής και όταν οι ανταγωνιστές της μείωναν την τιμή του προϊόντος τους η dd της επιχείρησης μετατοπίζεται προς τα αριστερά στην $d'd'$.

Η έννοια που δίνουν οι οικονομολόγοι στον τέλειο ανταγωνισμό είναι αυστηρώς καθορισμένη. Σύμφωνα με την οποία, όπως είπαμε και παραπάνω η επιχείρηση στον τέλειο ανταγωνισμό δεν έχει τη δύναμη να ελέγχει την τιμή, υπό την έννοια της οποίας μπορεί να πωλεί οσοδήποτε μεγάλη ή μικρή ποσότητα προϊόντος επιθυμεί.¹¹

2.16 Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα Ανταγωνισμού

Πλεονεκτήματα Ανταγωνισμού:

Ο ανταγωνισμός ωθεί τις επιχειρήσεις να προσπαθήσουν να κερδίσουν περισσότερους πελάτες από τους ανταγωνιστές τους προκειμένου να επιβιώσουν, να αναπτυχθούν και να επιτύχουν μεγαλύτερο κέρδος. Για να προσελκύσουν τους πελάτες αναγκάζονται να αυξήσουν την παραγωγή τους, να μειώσουν τις τιμές και να βελτιώσουν τα προϊόντα τους. Αποτέλεσμα είναι η ευημερία του καταναλωτή (consumer welfare), ο οποίος αντίστοιχα ωφελείται αφού πληρώνει λιγότερο για τα ίδια προϊόντα, έχει περισσότερες επιλογές και οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του με νέα προϊόντα. Έτσι ο ανταγωνισμός ρίχνει τις τιμές, αυξάνει την ποιότητα και ευνοεί την καινοτομία. Βασικός όρος στη μικροοικονομία είναι η αποτελεσματικότητα (efficiency). Η αποτελεσματικότητα αυξάνεται, όταν με το ίδιο κόστος παράγονται περισσότερα αγαθά ή αντίστοιχα για τα ίδια αγαθά απαιτείται λιγότερο κόστος. Η αποτελεσματικότητα διακρίνεται στα οικονομικά του ανταγωνισμού σε τρία είδη

1. τη διανεμητική αποτελεσματικότητα (allocative efficiency): τα αγαθά κατανέμονται εκεί που ο καταναλωτής τα έχει περισσότερη ανάγκη
2. την παραγωγική αποτελεσματικότητα (productive efficiency): οι πρώτες ύλες βρίσκονται στον παραγωγό που τις αξιοποιεί καλύτερα
3. τη δυναμική αποτελεσματικότητα (dynamic efficiency): η καινοτομία επιτυγχάνεται με το λιγότερο δυνατό κόστος

Ο ανταγωνισμός ευνοεί και τα τρία είδη αποτελεσματικότητας. Οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να προσαρμόσουν την προσφορά τους στη ζήτηση, για να μη χάσουν τους καταναλωτές από πελάτες. Αφουγκράζονται τις ανάγκες του καταναλωτή και στρέφουν προς τα εκεί την παραγωγή τους (διανεμητική αποτελεσματικότητα), μειώνουν το κόστος παραγωγής προκειμένου να πωλούν φθηνότερα και επεξεργάζονται πιο αποτελεσματικά τις πρώτες ύλες (παραγωγική αποτελεσματικότητα) και προσπαθούν διαρκώς να εφεύρουν καινούργια προϊόντα που να καλύπτουν καλύτερα τις ανάγκες του καταναλωτή προκειμένου να έχουν προβάδισμα απέναντι στους ανταγωνιστές τους (δυναμική αποτελεσματικότητα).

Ταυτόχρονα ο ανταγωνισμός δίνει στον καταναλωτή περισσότερες επιλογές. Ο τελευταίος μπορεί να διαλέξει ανάμεσα σε περισσότερα προϊόντα, σε περισσότερους όρους και τρόπους συναλλαγής (δάνεια, δόσεις, leasing, internet κλπ.). Λόγω του

ανταγωνισμού οι επιχειρήσεις δεν έχουν τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν τον καταναλωτή χρεώνοντας του υπερβολικές τιμές και επιφέροντας έτσι μια μετακίνηση του πλούτου από τους πολλούς (καταναλωτές) στους λίγους (μονοπάγια). Μια άποψη υποστηρίζει ότι έτσι αποφεύγεται και η δημιουργία υπερβολικά μεγάλων επιχειρήσεων και τραστί, τα οποία θα επηρέαζαν με αθέμιτα μέσα την πολιτική και τη δημοκρατία¹².

Μειονεκτήματα Ανταγωνισμού:

Ο ανταγωνισμός έχει όμως και μειονεκτήματα. Αν δεν υπάρχει απολύτως κανένας περιορισμός στην αγορά και όλοι μπορούν να παράγουν όλα τα αγαθά, οι επιχειρήσεις δεν έχουν κίνητρο να βελτιώσουν την ποιότητα. Η βελτίωση των προϊόντων κοστίζει και απαιτεί επενδύσεις σε έρευνα και τεχνολογία, σε έρευνα αγοράς, σε προώθησή τους. Αν οι ανταγωνιστές μπορούν να αντιγράψουν τα προϊόντα των άλλων χωρίς περιορισμούς, η ανάπτυξη νέων δημιουργεί μόνο κόστος σ' αυτόν που τα δημιουργεί χωρίς να του αποδίδει κέρδος, αφού όλοι οι ανταγωνιστές θα επωφεληθούν από αυτά. Αποτέλεσμα είναι ότι κανείς δεν καινοτομεί, αφού γνωρίζει ότι δε θα ωφεληθεί από την καινοτομία. Για να βελτιώσει προϊόντα και υπηρεσίες, χρειάζεται να ξέρει, ότι ο καταναλωτής θα μπορεί να εξατομικεύσει τα προϊόντα του και να τα ταυτίσει με αυτόν ή ότι αυτός θα είναι ο μόνος που θα μπορεί να τα παράγει. Έτσι δημιουργείται ένα είδος περιορισμού στη δράση των άλλων επιχειρήσεων, αφού δεν τους επιτρέπεται να αντιγράψουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του ανταγωνιστή τους. Με το δικαίωμα στο σήμα ο καταναλωτής μπορεί να ταυτίσει το προϊόν με τον παραγωγό, ενώ το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας εξασφαλίζει στον κάτοχό του ότι, για όσο διαρκεί, οι ανταγωνιστές δε θα μπορούν να αντιγράψουν την καινοτομία του.

Μπορεί όμως και με το δικαίωμα στο σήμα και στην ευρεσιτεχνία πάλι ο ανταγωνισμός να γίνεται μόνο για τις τιμές, αν τα προϊόντα είναι από τη φύση τους ομογενοποιημένα και δεν επιδέχονται διαφοροποίηση. Παράδειγμα είναι το γάλα. Του καταναλωτή τού είναι αδιάφορο από ποιον κτηνοτρόφο προέρχεται, αφού όλοι προσφέρουν το ίδιο προϊόν, και το μόνο που τον ενδιαφέρει είναι η τιμή. Ο κτηνοτρόφος έχει ως μόνο όπλο την τιμή, επειδή ο καταναλωτής συνήθως δεν είναι διατεθειμένος να πληρώσει περισσότερο π.χ. για καλύτερη ποιότητα, αφού οι διαφορές στην ποιότητα δεν του είναι αντιληπτές και το κύριο κριτήριό του είναι η τιμή. Έτσι ο αγώνας στην αγορά του γάλακτος γίνεται μόνο για τις τιμές. Όσο ο κτηνοτρόφος πρέπει να ρίξει τις τιμές, τόσο προσπαθεί να εξοικονομήσει κόστος μειώνοντας την ποιότητα του προϊόντος του (φθηνότερες ζωοτροφές, χειρότερες συνθήκες εκτροφής των ζώων). Ο ανταγωνισμός

είναι τότε καταστροφικός και οδηγεί σε διαρκή χειροτέρευση του προϊόντος (race to the bottom)¹².

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ

3.1 Ορισμός

Το μονοπώλιο αποτελεί την αντίθετη περίπτωση του πλήρους ανταγωνισμού, συγκεκριμένα δεν υπάρχει ανταγωνισμός, επειδή δεν υπάρχουν αντίπαλοι ανταγωνιστές στον κλάδο. Συνεπώς μονοπώλιο έχουμε όταν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής προσφοράς ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας έχει περιέλθει στην κυριαρχία μιας επιχείρησης ή μιας ομάδας επιχειρηματιών.¹²

3.2 Χαρακτηριστικά Γνωρίσματα

- Μονοπώλιο είναι η κατάσταση στην οποία μία μόνο επιχείρηση εξυπηρετεί ολόκληρη την αγορά, υπάρχει δηλαδή ένας και μόνο πωλητής.
- Δεν υπάρχουν στενά υποκατάστατα του αγαθού που παράγει, εντούτοις μπορεί να υπάρξουν ατελή υποκατάστατα, παραδείγματος χάρη, στην περίπτωση του πετρελαίου, που αποτελεί την κυρίαρχη μορφή ενέργειας με την παρούσα τεχνολογία, οι εγχώριοι υδάτινοι πόροι, η ηλιακή ενέργεια, η γεωθερμική ενέργεια αποτελούν ατελή υποκατάστατα. Επομένως θα πρέπει να προστεθεί ότι είναι πιθανόν σε μια δεδομένη χρονική περίοδο να μην υπάρχουν στενά υποκατάστατα και γενικότερα ανταγωνιστικές σχέσεις μεταξύ της μονοπωλιακής επιχειρήσεως και άλλων επιχειρήσεων, μακροχρόνια όμως λόγω των υψηλών κερδών άλλες επιχειρήσεις μπορεί να εισέλθουν στην αγορά.
- Ο μονοπωλητής σε αντίθεση με την ανταγωνιστική επιχείρηση είναι διαμορφωτής τιμών. Η έλλειψη ανταγωνισμού επιτρέπει στον μονοπωλητή να χρεώνει πάνω από το οριακό του κόστος. Ο μονοπωλητής αυξάνει την τιμή όσο η αύξηση των εσόδων του είναι μεγαλύτερη από την μείωσή τους λόγω της εξόδου κάποιων καταναλωτών από την αγορά.
- Υπάρχουν περιορισμοί για την είσοδο άλλων πωλητών στον κλάδο, η ύπαρξη εμποδίων, φυσικών ή νομικών, εισόδου νέων επιχειρήσεων σε μια αγορά είναι βασικός λόγος ύπαρξης μονοπωλίων⁷.

Τα μονοπώλια γενικά χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Τα φυσικά μονοπώλια, ανάλογα με την ιδιομορφία τους, που πηγάζει από φυσικούς, εξωτερικούς όρους.

2. Τα νομικά μονοπώλια, που υπάρχουν στις περιπτώσεις που καθιερώνονται νομοθετικοί περιορισμοί της επαγγελματικής ελευθερίας, όπως είναι η παρεμπόδιση του συναγωνισμού στο εσωτερικό της χώρας για όφελος του κοινωνικού συνόλου (ταχυδρομεία, ραδιοφωνία, μουσεία, δημοτικές επιχειρήσεις κλπ.)

3. Τα κοινωνικά μονοπώλια. Είναι όσα υπάρχουν για τη βελτίωση παραγωγής μεγάλων κλάδων της οικονομίας⁷.

3.3 Αιτίες Που Οδηγούν στη Δημιουργία Μονοπωλίου

Οι λόγοι που οδηγούν στη δημιουργία μονοπωλίου είναι διάφοροι. Προκειμένου όμως αυτό να διαρκέσει θα πρέπει να βασίζεται σε μια ή περισσότερες από τις ακόλουθες αιτίες:

1. Έλεγχος της προσφοράς σπάνιων πρώτων υλών ή αποκλειστική γνώση των τεχνικών παραγωγής.

2. Αποκλειστικό δικαίωμα εκμεταλλεύσεως των προνομίων ευρεσιτεχνίας (π.χ. η International Business Machines έχει το αποκλειστικό δικαίωμα της παραγωγής μηχανών IBM).

3. Άδεια από το κράτος αποκλειστικής λειτουργίας.

4. Το μέγεθος της αγοράς μπορεί να είναι τέτοιο ώστε σε συνάρτηση με τις σημαντικές οικονομίες κλίμακας που μπορούν να επιτευχθούν με την εγκατάσταση μιας μεγάλης επιχειρήσεως, να μην επιτρέπει τη λειτουργία σε περισσότερες από μια επιχειρήσεις στον κλάδο. Οι περιπτώσεις αυτές θεωρούνταν και συχνά αποκαλούνταν «φυσικό» μονοπώλιο. Ως παραδείγματα φυσικού μονοπωλίου κατά κανόνα θεωρούνταν οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας (Δ.Ε.Η., Ο.Τ.Ε., Ο.Σ.Ε., ΕΥΔΑΠ, κλπ). Στην περίπτωση αυτή το κράτος συνήθως αναλαμβάνει την παροχή των σχετικών αγαθών ή υπηρεσιών με υποτιθέμενο σκοπό την αποφυγή εκμεταλλεύσεως από τους ιδιώτες επιχειρηματίες.

5. Η ύπαρξη φραγμών που εμποδίζουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Τέτοιοι φραγμοί μπορεί να είναι π.χ. πολιτική μειωμένων τιμών από την

επιχείρηση που λειτουργεί. Μια τέτοια πολιτική μπορεί να συνδυάζεται με άλλα είδη πολιτικής π.χ. μεγάλη διαφήμιση, συνεχής διαφοροποίηση του προϊόντος, κλπ.

3.4 Μονοπώλιο και μονοπωλιακή δύναμη

Με ποιο τρόπο μετριέται η δύναμη των μονοπωλίων

Καταλαβαίνουμε ότι διαφορετική είναι η λειτουργία μιας μονοπωλιακής επιχείρησης στην αγορά, από τη λειτουργία μιας τέλει ανταγωνιστικής. Για να επιβεβαιωθεί όμως αυτό, θα πρέπει να βρούμε την έκταση της μονοπωλιακής δύναμης στις διάφορες αγορές. Εξάλλου η ανεξέλεγκτη δύναμη των μονοπωλίων επιδρά αρνητικά στην αγορά. Για να μπορέσει όμως το κράτος να μειώσει τη μονοπωλιακή δύναμη θα πρέπει να γνωρίζει σε ποιους κλάδους υπάρχει αυτή.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι να μετρηθεί η δύναμη των μονοπωλίων. Ο ιδανικός τρόπος μέτρησης είναι η σύγκριση των τιμών στα επίπεδα παραγωγής και στα κέρδη της επιχείρησης στους διάφορους παραγωγικούς κλάδους προς τις τιμές, δηλαδή τα επίπεδα παραγωγής και τα κέρδη που θα υπήρχαν, αν όλες οι επιχειρήσεις βρίσκονταν κάτω από μονοπωλιακό έλεγχο και ήταν τελείως απομονωμένες από την είσοδο νέων μονάδων στον κλάδο. Αλλά αυτή η υποθετική σύγκριση δεν οδηγεί στη μέτρηση.

Ο δεύτερος τρόπος για να μετρηθεί η δύναμη των μονοπωλίων είναι τα κέρδη. Εάν επιτυγχάνονται μεγάλα κέρδη για μεγάλο χρονικό διάστημα οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων αλλά ούτε και κίνδυνος να μπουν νέες επιχειρήσεις στον κλάδο και να μειώσουν έτσι τις τιμές που καθορίζουν οι μονοπωλιακές επιχειρήσει⁷.

Κατάχρηση μονοπωλιακής δύναμης

Χρήση δύναμης αγοράς για την προστασία ή επέκταση της δύναμης αυτής. Οι μορφές που μπορεί να πάρει είναι:

1. Αύξηση του κόστους ανταγωνιστή (raising rival's costs) Πρακτικές που επιδιώκουν την αύξηση του κόστους ανταγωνιστή (όπως αυξήσεις μισθών) που επηρεάζουν περισσότερο τις μικρές επιχειρήσεις.
2. Διαφοροποίηση τιμών. Κάποιες φορές όμως έχει οφέλη καθώς επιτρέπει σε ομάδες ατόμων να αγοράζουν το αγαθό.

3. Επιθετική συμπεριφορά (predatory conduct), χαμήλωμα των τιμών για να εκδιωχθούν ανταγωνιστές από την αγορά.

Κάθετοι περιορισμοί και συμφωνίες

- Αποκλειστική προμήθεια (Tied Sales) Με κίνητρα τη διατήρηση και μεταφορά της μονοπωλιακής δύναμης, τη διασφάλιση της αποδοτικότητας και τον διαφορισμό των τιμών.

Είδη: i) Exclusive tying: ο αγοραστής του αγαθού X από την επιχείρηση 1 πρέπει να αγοράσει και όλες τις προμήθειες από την ίδια επιχείρηση.

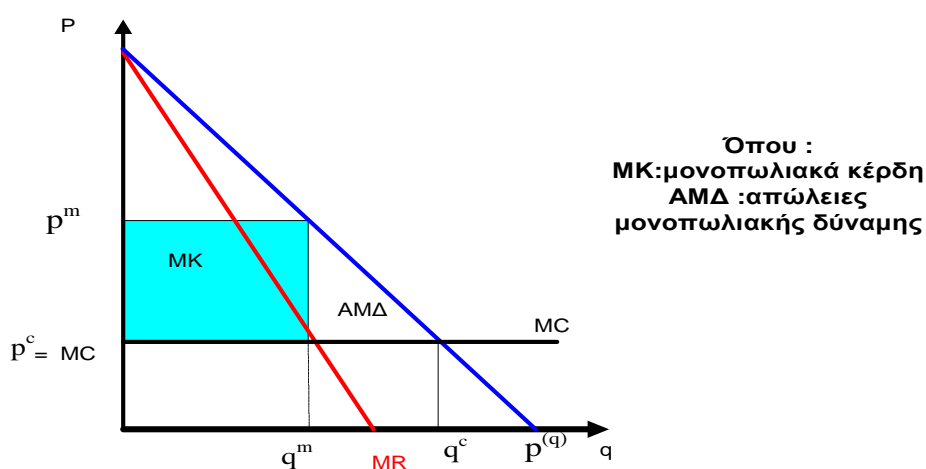
ii) Bundling: ο αγοραστής μιας μονάδας του αγαθού X από την επιχείρηση 1 πρέπει να αγοράσει και μ μονάδες του αγαθού Ψ από την ίδια επιχείρηση.

- Άρνηση προμήθειας (refusal to deal). Μπορεί να γίνεται για εκμετάλλευση μονοπωλιακής θέσης, είτε γιατί έτσι θεωρεί η επιχείρηση ότι είναι συμφέρον χωρίς μονοπωλιακές επιπτώσεις. Κυρίως με άρνηση προμήθειας προϊόντων σε καταστήματα λιανικής πώλησης (διαχωρισμός καταστημάτων).
- Διατήρηση της τιμής μεταπώλησης και εκπτώσεις. Ο πωλητής ελέγχει την τελική τιμή στην οποία πουλά ο έμπορος λιανικής με κίνητρα την διατήρηση συγκεντρώσεων σε επίπεδο παραγωγών, τη συγκέντρωση σε επίπεδο εμπόρων λιανικής και την αποδοτικότητα με την διασφάλιση υπηρεσιών και ποιότητας.
- Αποκλειστική αντιπροσώπευση, όπου υπάρχει μικρότερος ανταγωνισμός (εμπόδια εισόδου).
- Franchising, όπου ο franchisor απαιτεί από τους franchisee να αγοράζουν προϊόντα αποκλειστικά από αυτόν¹⁵.

Πολιτική προστασίας του ανταγωνισμού

Σκοπός των μέτρων πολιτικής ανταγωνισμού είναι η διασφάλιση συνθηκών ανταγωνισμού για την μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας και της κοινωνικής ευημερίας. Τα κυριότερα κίνητρα είναι η αύξηση της αποδοτικότητας και ο περιορισμός της δύναμης της αγοράς η οποία οδηγεί σε απώλειες μονοπωλιακής δύναμης, η ισότητα στη διανομή του πλεονάσματος, καθώς και η προστασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Στατικές απώλειες λόγω μονοπωλιακής δύναμης



Οι απώλειες εξαρτώνται από

- τον βαθμό μονοπωλιακής δύναμης ($p^M - MC$)
- το μέγεθος της αγοράς

3.5 Η ζήτηση και τα έσοδα

Η ζήτηση που αντιμετωπίζει η μονοπωλιακή επιχείρηση έχει τη μορφή της αγοραίας ζήτησεως για οποιοδήποτε προϊόν και ισούται με το άθροισμα της ζήτησεως των καταναλωτικών μονάδων. Αν υποθέσουμε ότι η καμπύλη ζήτησεως σε αντίστροφη μορφή είναι

$$p=2000-50q+10q^2-q^3 \text{ ευρώ}$$

τότε τα συνολικά έσοδα (R) είναι

$$R=2000q-50q^2+10q^3-q^4 \text{ ευρώ}$$

και το οριακό έσοδο (MR) είναι

$$MR=2000-100q+30q^2-4q^3 \text{ ευρώ}$$

Όταν η ζητούμενη ποσότητα είναι $q=10$ μονάδες, τότε η τιμή είναι 1500 ευρώ, τα συνολικά έσοδα $R= 15000$ ευρώ το επί πλέον έσοδο μηδέν ($MR = 0$) και μοναδιαία η ελαστικότητα ζήτησεως ($\eta=1$). Όταν η ζητούμενη ποσότητα είναι $q=15287$, τότε η τιμή είναι μηδέν ($p=0$).

Η βασική διαφορά μεταξύ μιας μονοπωλιακής επιχειρήσεως και μιας επιχείρησης που λειτουργεί κάτω από καθεστώς τέλειου ανταγωνισμού είναι ότι στην περίπτωση του μονοπωλίου η τιμή μειώνεται όταν αυξάνει η ποσότητα του προϊόντος που παράγεται και πωλείται. Στην περίπτωση του τέλειου ανταγωνισμού η επιχείρηση αποδέχεται την τιμή που διαμορφώνεται, ανεξάρτητα από αυτήν, στην αγορά και προσπαθεί να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της αναπροσαρμόζοντας την ποσότητα που παράγει. Ο μονοπωλητής μπορεί να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του αναπροσαρμόζοντας την ποσότητα που παράγει ή την τιμή στην οποία διαθέτει τα προϊόντα του. Βέβαια ο μονοπωλητής δεν μπορεί να αναπροσαρμόσει ανεξάρτητα την τιμή από την ποσότητα που παράγει. Όταν αποφασίσει το επίπεδο προϊόντος που θα παράγει, η τιμή προσδιορίζεται μονοσήμαντα από την καμπύλη ζήτησεως.

Τα έσοδα της μονοπωλιακής επιχειρήσεως R αντιπροσωπεύουν τα έσοδα του κλάδου και ισούνται με

$$R = p \cdot q$$

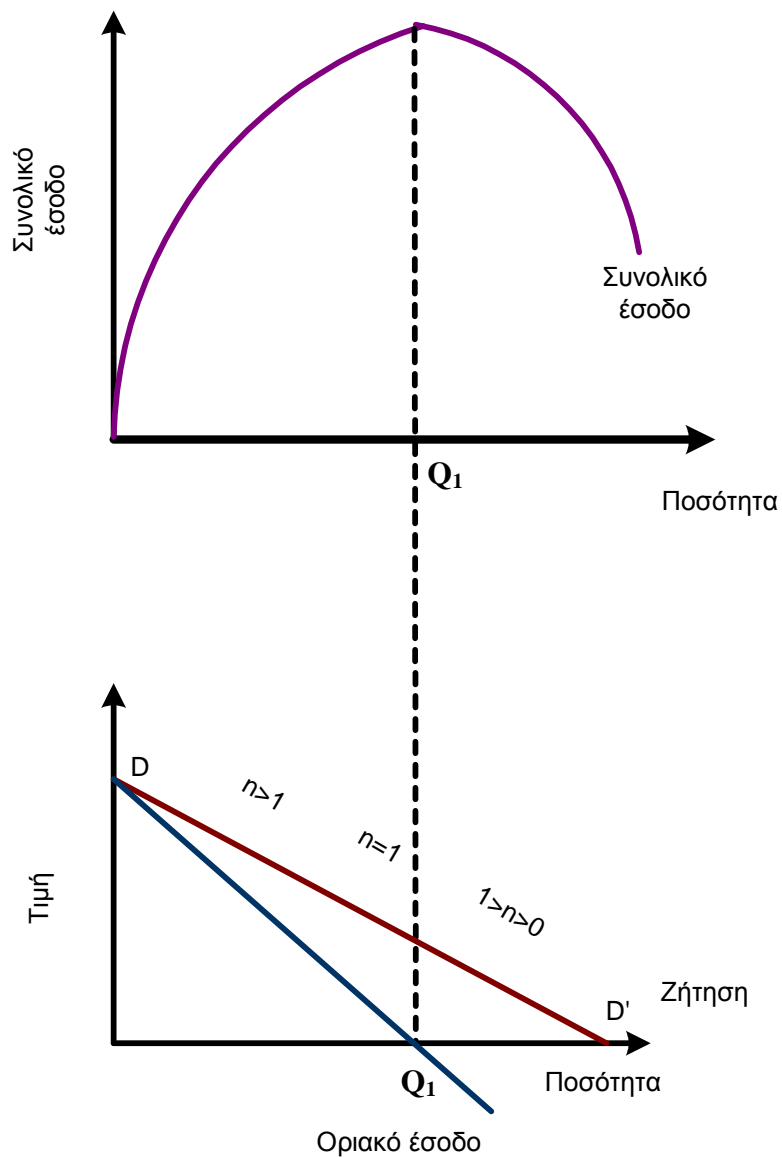
Από τη σχέση αυτή προκύπτει η συνάρτηση του οριακού εσόδου

$$MR = \frac{dR}{dq} = \frac{d(p \cdot q)}{dq} = p + q \frac{dp}{dq} =$$

$$p \left(1 + \frac{q}{p} \frac{dp}{dq} \right) = p \left(1 - \frac{1}{n} \right)$$

Είναι φανερό ότι το οριακό έσοδο στο μονοπώλιο είναι πάντοτε μικρότερο από την τιμή του προϊόντος ($MR < p$). Αντίστοιχα στην περίπτωση του τέλειου ανταγωνισμού η τιμή και το οριακό έσοδο είναι ίσα ($p = MR$).

Οι σχέσεις μεταξύ ζήτησεως, συνολικού εσόδου και οριακού εσόδου απεικονίζονται στο παρακάτω διάγραμμα. Η καμπύλη του συνολικού εσόδου αρχικά αυξάνει, φθάνει σε ένα μέγιστο και στη συνέχεια φθίνει. Τα συνολικά έσοδα μεγιστοποιούνται σε επίπεδο παραγωγής Q_1 , στο οποίο αντιστοιχεί μοναδιαία ελαστικότητα ζήτησεως. Στο σημείο αυτό το $MR = 0$. Είναι φανερό ότι ο μονοπωλητής δεν πρόκειται να αυξήσει την παραγωγή του πέραν του Q_1 , γιατί το οριακό έσοδο είναι αρνητικό. Αυτό σημαίνει ότι ο μονοπωλητής δεν πρόκειται να παράγει στο ανελαστικό τμήμα της καμπύλης ζήτησεως⁷.

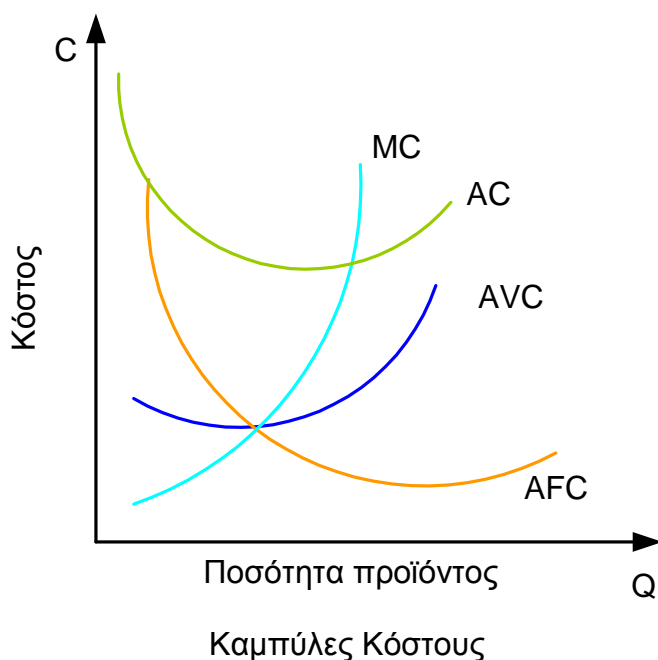


Σχέση μεταξύ Ζητήσεως Συνολικού εσόδου και Οριακού Εσόδου

3.6 Το Κόστος

Για το κόστος της μονοπωλιακής επιχειρήσεως ισχύουν όσα ελέχθησαν και στη θεωρία του πλήρους ανταγωνισμού. Οι καμπύλες του μέσου μεταβλητού κόστους (AVC), του οριακού κόστους (MC) και του μέσου κόστους (AC) είναι σχήματος U, ενώ

του μέσου σταθερού κόστους (AFC), είναι ορθογώνια υπερβολή. Διαγραμματικά οι καμπύλες κόστους απεικονίζονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Σε κάθε περίπτωση τα σχήματα των καμπυλών κόστους δεν έχουν ιδιαίτερη σημασία για τον προσδιορισμό του σημείου ισορροπίας της επιχειρήσεως, αρκεί η κλίση της καμπύλης του οριακού κόστους να είναι μεγαλύτερη από την κλίση της καμπύλης του οριακού εσόδου. Η καμπύλη του οριακού κόστους δεν αντιπροσωπεύει την καμπύλη προσφοράς του μονοπωλητή, όπως συμβαίνει στον τέλει ανταγωνισμό.⁷

3.7 Βραχυχρόνια ισορροπία της μονοπωλιακής επιχειρήσεως

Η εξέταση της βραχυχρόνιας ισορροπίας της μονοπωλιακής επιχειρήσεως θα εξετασθεί βάσει τεσσάρων εναλλακτικών προσεγγίσεων: των συνολικών εσόδων και του συνολικού κόστους, του οριακού εσόδου και του οριακού κόστους, καθώς επίσης βάσει της μαθηματικής και διαγραμματικής ανάλυσης.

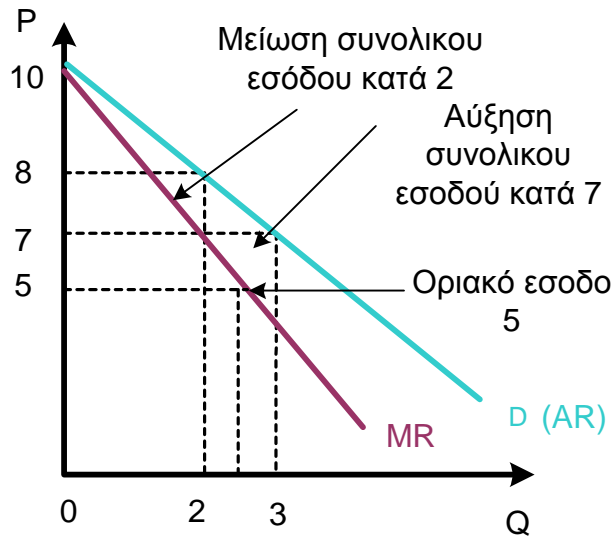
1. Προσέγγιση Συνολικών Εσόδων – Συνολικού Κόστους

Η μονοπωλιακή επιχείρηση, όπως και η επιχείρηση του τέλει ανταγωνισμού, μεγιστοποιεί τα κέρδη της, όταν η διαφορά μεταξύ συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους είναι η μέγιστη δυνατή⁷.

2. Προσέγγιση Οριακού Εσόδου – Οριακού Κόστους

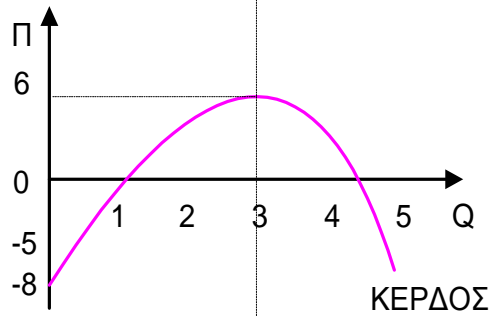
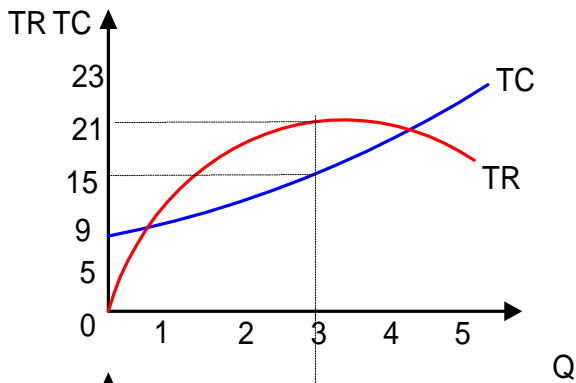
Η μονοπωλιακή επιχείρηση μεγιστοποιεί τα κέρδη της σε επίπεδο προϊόντος, στο οποίο το οριακό κόστος ισούται με το οριακό έσοδο. Το οριακό έσοδο του μονοπωλητή δεν ισούται με την τιμή, καθώς ο μονοπωλητής δεν είναι αποδέκτης της τιμής, δηλαδή ο μονοπωλητής λαμβάνει υπόψη του τη σχέση τιμής και ποσότητας. Η σχέση αυτή επαληθεύεται με το αριθμητικό παράδειγμα στον πίνακα που ακολουθεί. Συγκεκριμένα σε επίπεδο παραγωγής 8 μονάδων προϊόντος το επί πλέον κόστος και το επί πλέον έσοδο ισούνται με 1.072 ευρώ με αντίστοιχα κέρδη 1.000 ευρώ που είναι τα μέγιστα δυνατά⁷.

Παραγωγή και πωλήσεις	Τιμή ή Μέσο Έσοδο	Συνολικά έσοδα	Συνολικό Κόστος	Επί Πλέον Έσοδο	Επί πλέον Κόστος	Κέρδη
0	2.000	0	9.965,33	-	-	-9.965,35
1	1.959	1.959	9.970,88	1.926,00	16,75	-8.011,88
2	1.932	3.864	10.009,96	1.888,00	67,00	-6.145,96
3	1.913	5.739	10.116,04	1.862,00	150,75	-4.377,04
4	1.896	7.584	10.322,61	1.834,00	268,00	-2.738,61
5	1.875	9.375	10.663,18	1.750,00	418,75	-1.288,18
6	1.844	11.064	11.171,23	1.616,00	603,00	-107,23
7	1.797	12.579	11.880,27	1.468,00	820,75	698,73
8	1.728	13.824	12.824,00	1.072,00	1.072,00	1.000,00
9	1.631	14.679	14.035,31	254,00	1.356,75	643,69
10	1.500	15.000	15.548,30	0,00	1.675,00	-548,30
11	1.329	14.619	17.396,27	-794,00	2.026,75	-2.777,27
12	1.112	13.344	19.612,72	-1.792,00	2.412,00	-6.268,72
13	843	10.959	22.231,15	-3.018,00	28,30	-11.272,15
14	516	7.224	25.285,05	-4.496,00	3.283,00	-18.061,05
15	125	1.875	28.807,93	-6.250,00	3.768,75	-26.932,93

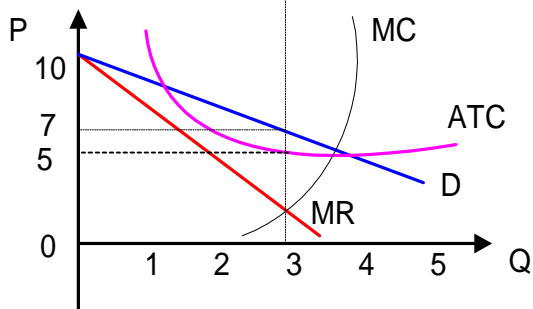


Η καμπύλη ζήτησης και MR

Η καμπύλη ζήτησης δίνει το AR δηλαδή το P του μονοπωλητή. Η αύξηση κατά μια μονάδα, αυξάνει τα έσοδα του μονοπωλητή (κατά 7) (επιπτώση παραγωγής), και μειώνει τα έσοδα από τους υπάρχοντες αγοραστές (κατά 2) (επιπτώση τιμής). Το οριακό έσοδο αποτην αλλαγή της τιμης από 8 σε 7 είναι $7 - 2 = 5$.



Το κέρδος του μονοπωλητή μεγιστοποιείται όταν το οριακό έσοδο ισούται με το οριακό κόστος



3. Μαθηματική Προσέγγιση

Έστω οι συναρτήσεις συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους

$$R = R(q) \quad \text{και} \quad C = C(q)$$

Η μονοπωλιακή επιχείρηση επιδιώκει τη μεγιστοποίηση των κερδών της

$$\pi_{\max} = [R(q) - C(q)]_{\max}$$

Αυτό απαιτεί την ικανοποίηση των συνθηκών πρώτης και δεύτερας τάξεως. Συγκεκριμένα απαιτείται όπως η πρώτη παράγωγος ως προς q ισούται με μηδέν

$$d\pi/dq = dR(q)/dq - dC(q)/dq = 0$$

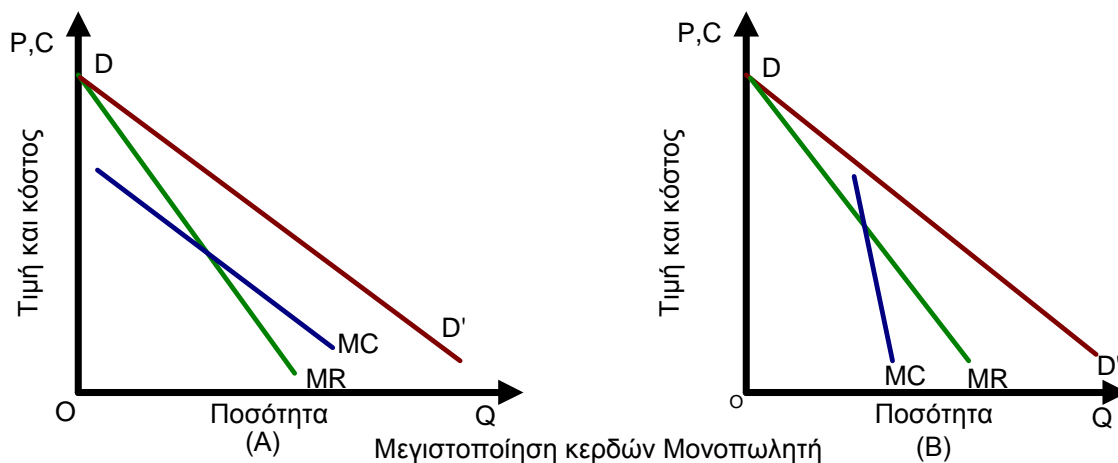
ή $MR = MC$

και η δεύτερη παράγωγος να είναι αρνητική

$$d^2\pi/dq^2 = d^2R(q)/dq^2 - d^2C(q)/dq^2 < 0$$

ή $d^2R(q)/dq^2 < d^2C(q)/dq^2$

Η τελευταία σχέση υπονοεί ότι η κλίση της καμπύλης του οριακού εσόδου πρέπει να είναι μικρότερη από την κλίση της καμπύλης του οριακού κόστους. Επειδή στον τέλει ανταγωνισμό η κλίση της καμπύλης του οριακού εσόδου είναι μηδέν, ενώ η κλίση της καμπύλης του οριακού κόστους είναι συνήθως θετική, η συνθήκη δεύτερας τάξεως ικανοποιείται. Το μονοπώλιο, όμως διαφέρει του τέλει ανταγωνισμού ως προς το ότι η καμπύλη του οριακού κόστους μπορεί να έχει αρνητική κλίση στο σημείο τομής της με την καμπύλη του οριακού εσόδου. Στην περίπτωση αυτή για τη μεγιστοποίηση των κερδών της επιχειρήσεως απαιτείται όπως το οριακό έσοδο φθίνει με ρυθμό ταχύτερο από εκείνο του οριακού κόστους. Έτσι στο παρακάτω διάγραμμα (A) ικανοποιούνται οι συνθήκες πρώτης και δεύτερας τάξεως, γιατί το οριακό έσοδο ισούται με το οριακό κόστος ($MR=MC$) και η καμπύλη του οριακού εσόδου φθίνει ταχύτερα από την καμπύλη του οριακού κόστους. Αντίθετα στο διάγραμμα (B) ικανοποιείται η συνθήκη πρώτης τάξεως ($MR=MC$), δεν ικανοποιείται όμως η συνθήκη δεύτερας τάξεως, γιατί η κλίση της καμπύλης του οριακού κόστους είναι μικρότερη από την κλίση της καμπύλης του οριακού εσόδου και επομένως η μονοπωλιακή επιχείρηση δεν μεγιστοποιεί τα κέρδη της.



Αν αμφότερες οι συνθήκες ικανοποιούνται για περισσότερα από ένα επίπεδα παραγωγής, η επιλογή εκείνου που παρέχει τα μεγαλύτερα κέρδη θα γίνει με τη μέθοδο της διερευνήσεως, δηλαδή θα ελεγχθεί ποια από τα διάφορα επίπεδα παραγωγής δίνουν τα μεγαλύτερα δυνατά κέρδη. Αν στο σημείο ισορροπίας, δηλαδή στη σχέση $MR=MC$ αντικαταστήσουμε το MR με το ίσο του έχουμε $p(1-1/n) = MC$

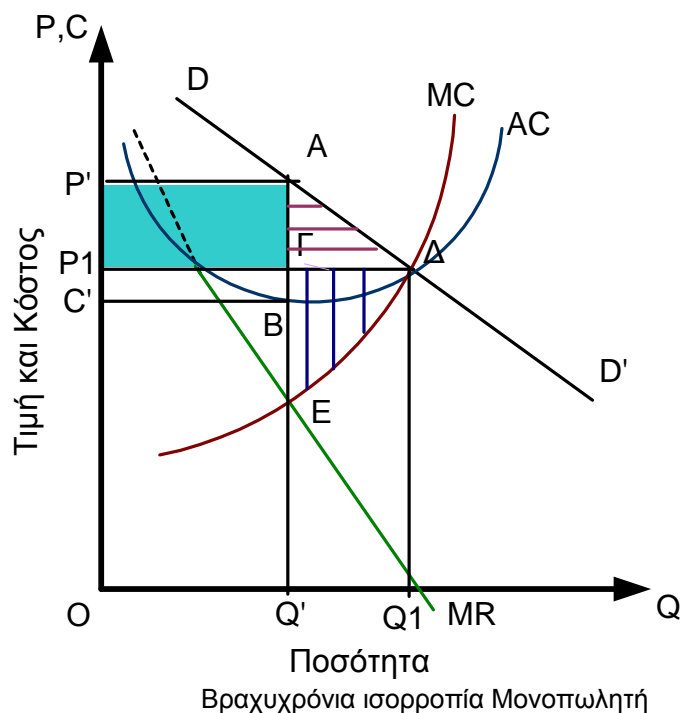
Από την πιο πάνω σχέση προκύπτει ο δείκτης μονοπωλιακής δυνάμεως (L), που ορίστηκε από τον καθηγητή Lerner ως ο βαθμός αποκλίσεως μεταξύ τιμής και οριακού κόστους.

$$L = (p-MC)/p = 1/n$$

Είναι φανερό ότι όταν το n τείνει στο άπειρο (ανταγωνιστική περίπτωση) η μονοπωλιακή δύναμη της επιχειρήσεως τείνει στο μηδέν. Στην ειδική περίπτωση που το οριακό κόστος ισούται με μηδέν ($MC=0$), ο δείκτης της μονοπωλιακής δυνάμεως ισούται με τη μονάδα. Αυξανόμενης της ελαστικότητας ζήτησεως η μονοπωλιακή δύναμη της επιχειρήσεως μειώνεται. Δεδομένου ότι υψηλές ελαστικότητες έχουν τα αγαθά πολυτελείας και τα αγαθά με στενά υποκατάστατα, ενώ χαμηλές τα αγαθά πρώτης ανάγκης και μερικά είδη υπηρεσιών, είναι εύλογο ότι οι μονοπωλητές της πρώτης κατηγορίας έχουν μικρότερη μονοπωλιακή δύναμη από τους μονοπωλητές της δεύτερης. Επομένως οι επιχειρήσεις της δεύτερης κατηγορίας έχουν την δυνατότητα να εκμεταλλευτούν τη μονοπωλιακή τους δύναμη περισσότερο από εκείνες της πρώτης. Το γεγονός ότι στη δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνονται αγαθά πρώτης ανάγκης και μερικά είδη υπηρεσιών, καθιστά αναγκαία την επιβολή κανονιστικών διατάξεων αναφορικά με την τιμολόγησή τους⁷.

4. Διαγραμματική προσέγγιση

Με βάση τις καμπύλες του οριακού εσόδου και του οριακού κόστους θα παρουσιάσουμε γραφικά τη βραχυχρόνια ισορροπία της επιχειρήσεως κάτω από συνθήκες μονοπωλίου, στο διάγραμμα που ακολουθεί.



Το σημείο ισορροπίας είναι το E, εκεί όπου η καμπύλη του οριακού εσόδου τέμνει την καμπύλη του οριακού κόστους, στο οποίο αντιστοιχεί τιμή OP' και ποσότητα OQ' . Σε επίπεδο παραγωγής OQ' το μέσο ανά μονάδα κόστος είναι OC' ($=Q'B$). Επομένως το ανά μονάδα κέρδος είναι $OP' - OC' = P'C'$. Κατά συνέπεια το βραχυχρόνιο μονοπωλιακό κέρδος της επιχειρήσεως ισούται με την επιφάνεια $P'ABC'$.

Η επιφάνεια $AΓΔ$ απεικονίζει την απώλεια του πλεονάσματος του καταναλωτή, λόγω της μείωσης της κατανάλωσης και οφείλεται στην αδυναμία του τελευταίου να αγοράσει την ποσότητα $Q1 - Q'$ στην ανταγωνιστική τιμή $P1$. Η επιφάνεια $ΓΔΕ$ είναι η απώλεια του πλεονάσματος του παραγωγού για την ποσότητα $Q1 - Q'$, επειδή το οριακό κόστος θα ήταν μικρότερο από την τιμή $P1$ για την ποσότητα αυτή. Η διαφορά μεταξύ τιμής και οριακού κόστους δείχνει την «κοινωνική αξία» για την παραγωγή μιας πρόσθετης μονάδας προϊόντος. Αν αθροίσουμε τις διαφορές αυτές για την ποσότητα $Q'Q1$, σχηματίζουμε την αξία του απολεσθέντος προϊόντος λόγω της μονοπωλιακής συμπεριφοράς. Το άθροισμα των δύο επιφανειών $AΓΔ$ και $ΓΔΕ$ απεικονίζει τις απώλειες αποτελεσματικής χρήσεως των πόρων, που μειώνουν την κοινωνική ευημερία εξ αιτίας της δημιουργίας μονοπωλίου αντί της υπάρξεως ανταγωνιστικής αγοράς⁷.

5. Τιμολογιακή πολιτική

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τη σχέση $MR = p(1-1/n)$ για να εκφράσουμε με εναλλακτικό τρόπο την άριστη τιμολογιακή πολιτική που μπορεί να ακολουθήσει ο μονοπωλητής. Η σχέση αυτή μπορεί να γραφεί ως εξής:

$$p = MC / (1-1/n) = 1 / (1-1/n) MC$$

Η σχέση αυτή δείχνει ότι η τιμή που καθορίζει ο μονοπωλητής είναι ένα πολλαπλάσιο του οριακού κόστους και εκφράζει το μικτό του κέρδος. Το μέγεθος του πολλαπλασίου εξαρτάται από την ελαστικότητα της ζήτησης και ισούται με $1/(1-1/n)$. Επειδή ο μονοπωλητής λειτουργεί στο ελαστικό τμήμα της καμπύλης έπεται ότι το πολλαπλάσιο είναι μεγαλύτερο από τη μονάδα. Στην περίπτωση που η ελαστικότητα ζήτησης είναι σταθερή, η τιμή που καθορίζει ο μονοπωλητής είναι ένα σταθερό πολλαπλάσιο του οριακού κόστους⁷.

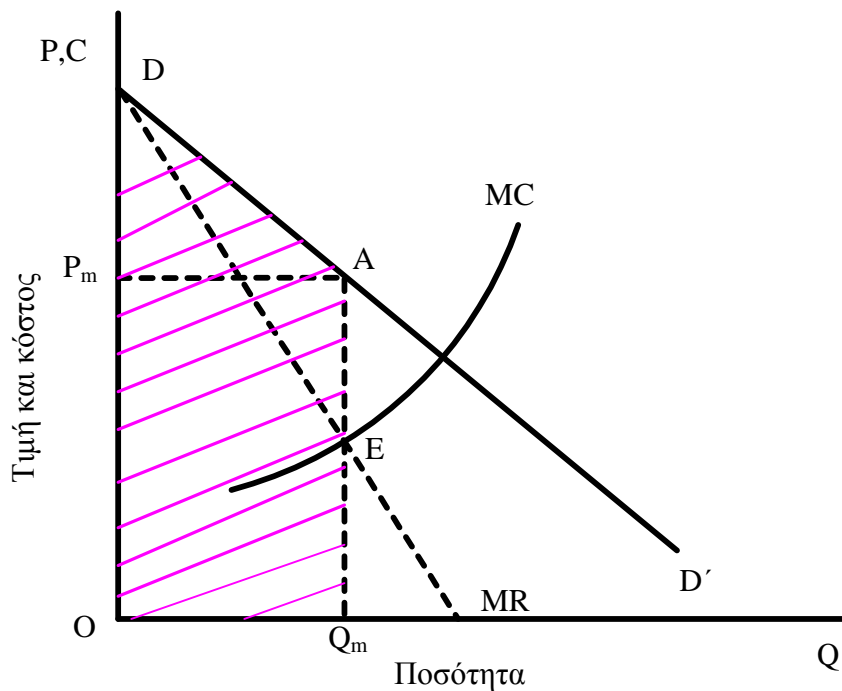
3.8 Τιμολογιακές Διακρίσεις Μονοπωλίου (Διαφορισμός Τιμών)

Διαφορισμός τιμών υπάρχει όταν το ίδιο προϊόν πωλείται σε διαφορετικές τιμές στους διαφορετικούς αγοραστές, για την εφαρμογή του διαφορισμού των τιμών απαιτείται οι ελαστικότητες ζήτησεως στις δύο αγορές να είναι διαφορετικές μεταξύ τους.

Προκειμένου να ασκήσει πολιτική διαφορισμού η μονοπωλιακή επιχείρηση απαιτείται αφενός μεν οι αγορές να είναι χωρισμένες μεταξύ τους και αφετέρου να έχει οικονομικό συμφέρον. Κατά αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται η μεταπώληση του προϊόντος από τη μια αγορά στην άλλη και η εξίσωση των τιμών που προκαλείται από την συναλλαγή αυτού του είδους.

Ο λόγος που η μονοπωλιακή επιχείρηση εφαρμόζει πολιτική διαφορισμού τιμών είναι ότι με τον τρόπο αυτό αυξάνει τα συνολικά έσοδά της και συνεπώς τα κέρδη της.

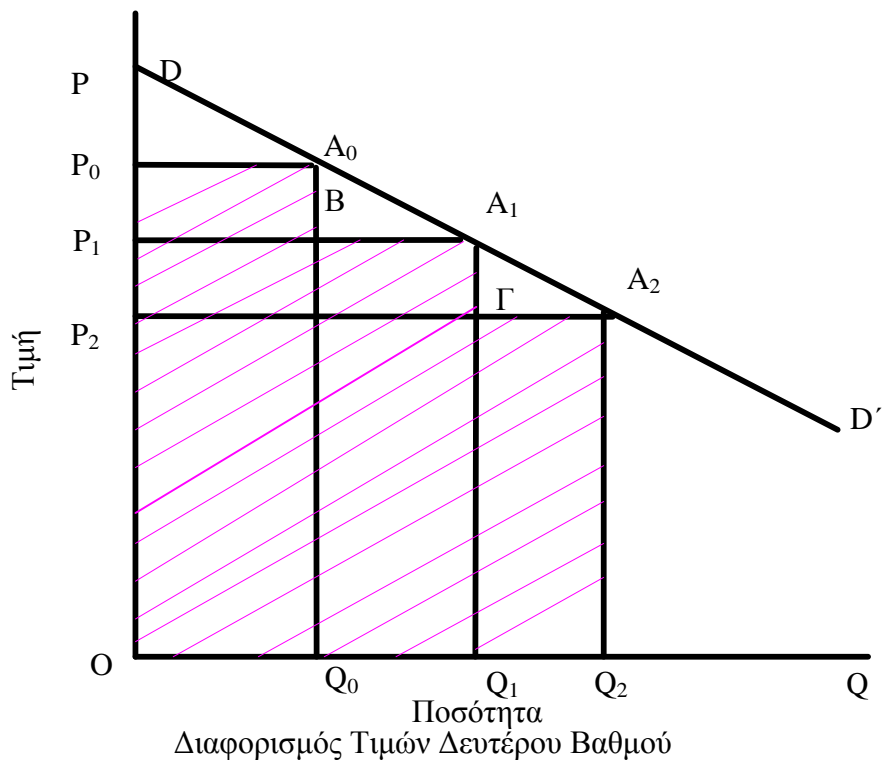
Οι μορφές διαφορισμού τιμών μπορούν να ταξινομηθούν γενικά σε τρεις κατηγορίες: πρώτου βαθμού, δεύτερου και τρίτου βαθμού. **Στο διαφορισμό τιμών πρώτου βαθμού** ο μονοπωλητής είναι ενήμερος της μέγιστης τιμής, που κάθε καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει για κάθε μονάδα προϊόντος. Επειδή γίνεται η υπόθεση ότι ο αγοραστής δεν μπορεί να μεταπωλήσει το προϊόν και ότι ο μονοπωλητής επιδιώκει τη μεγιστοποίηση των κερδών του, καθορίζει τιμές τέτοιες ώστε να αποσπά από τον καταναλωτή όλη την αξία του πλεονάσματός του.



Διαφορισμός Τιμών Πρώτου Βαθμού

Ο διαφορισμός τιμών πρώτου βαθμού απεικονίζεται στο παραπάνω διάγραμμα, στο οποίο μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι ο μονοπωλητής έχει τα υψηλότερα δυνατά έσοδα που ισούνται με τη σκιαγραφημένη επιφάνεια $ODAQ_m$. Η επιφάνεια βρίσκεται κάτω από την καμπύλη ζήτησεως και αρχίζει με τη μέγιστη δυνατή τιμή, που καταβάλλει ο καταναλωτής για την αγορά της πρώτης μονάδας προϊόντος και φθάνει στην P_m που πληρώνει για την τελευταία μονάδα. Ο διαφορισμός τιμών πρώτου βαθμού, που ονομάζεται μερικές φορές τέλειος διαφορισμός τιμών, είναι μια οριακή περίπτωση και μπορεί να συμβεί μόνο σε πολύ λίγες περιπτώσεις. Η εφαρμογή του προϋποθέτει ότι ο μονοπωλητής έχει ένα μικρό αριθμό αγοραστών και ότι μπορεί να μαντέψει τη μέγιστη τιμή, που οι αγοραστές είναι διατεθειμένοι να αποδεχθούν.⁷

Στο διαφορισμό τιμών δεύτερου βαθμού, ο μονοπωλητής καθορίζει στον καταναλωτή μια τιμή για ορισμένες μονάδες προϊόντος, χαμηλότερη τιμή για πρόσθετες μονάδες προϊόντος και ακόμη χαμηλότερη για επιπρόσθετες μονάδες. Με τον τρόπο αυτό ο μονοπωλητής αποσπά ένα τμήμα του πλεονάσματος του καταναλωτή. Βέβαια είναι πιθανόν οι καταναλωτές να μην αγοράσουν ακριβώς την ίδια ποσότητα μετά τον διαφορισμό των τιμών δεύτερου βαθμού, όπως προηγουμένως. Πάντως η μονοπωλιακή επιχείρηση μπορεί να καθορίσει διάρθρωση διαφορισμού τιμών έτσι ώστε για τις ίδιες μονάδες προϊόντος να έχει μεγαλύτερα έσοδα.⁷



Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζεται ο διαφορισμός τιμών δευτέρου βαθμού. Υποθέτουμε ότι η καμπύλη ζήτησης ενός καταναλωτή είναι DD' . Έστω ότι ο μονοπωλητής καθορίζει μια υψηλή τιμή OP_0 , όταν καταναλωτής αγοράζει ποσότητα μικρότερη από OQ_0 μια ενδιάμεση τιμή OP_1 για αγορές πέραν της ποσότητας OQ_0 και χαμηλότερη τιμή OP_2 για αγορές πέραν της ποσότητας OQ_1 . Συνεπώς τα συνολικά έσοδα του μονοπωλητή που αποσπά από τον υπόψη καταναλωτή ισούνται με την σκιαγραφημένη επιφάνεια. Αν υποθέσουμε ότι ο μονοπωλητής καθόριζε τιμή OP_2 για όλη την ποσότητα OQ_2 , τότε τα συνολικά του έσοδα θα ήταν ίσα με το ορθογώνιο $OP_2A_2Q_2$, που είναι μικρότερα από τη σκιαγραφημένη επιφάνεια. Διαφορισμός τιμών δευτέρου βαθμού γίνεται συνήθως από τις επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας.⁷

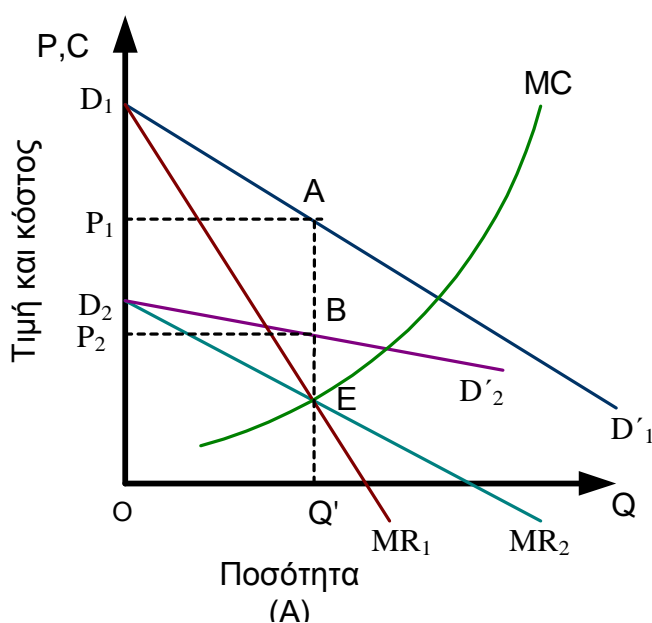
Διαφορισμός τιμών τρίτου βαθμού συμβαίνει όταν ο μονοπωλητής καθορίζει διαφορετικές τιμές για τις διάφορες αγορές του ίδιου προϊόντος. Στην περίπτωση αυτή το μονοπώλιο κατακερματίζει την αγορά σε διαφορετικές κατηγορίες καταναλωτών και τιμολογεί σε διαφορετική τιμή τους καταναλωτές ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν. Όμως όλοι οι καταναλωτές μιας κατηγορίας πληρώνουν στην ίδια τιμή που αντιστοιχεί στην κατηγορία. Η τιμολόγηση κάθε κατηγορίας γίνεται αντιστρόφως ανάλογα της ελαστικότητας - τιμής της ζήτησης της κατηγορίας αυτής.^{14, 15}

- **Τιμολόγηση από το Μονοπώλιο**

Αν το μονοπώλιο υποχρεωθεί να πωλεί όλη την παραγωγή του σε ενιαία τιμή, τότε μεγιστοποιείται το πλεόνασμα του καταναλωτή (υπό μονοπωλιακό καθεστώς). Θεωρητικά τίποτα δεν εμποδίζει το μονοπώλιο να τιμολογεί κάθε μονάδα που πωλεί ακριβώς στο επίπεδο της θέλησης πληρωμής κάθε καταναλωτή. Τότε προσπορίζει το σύνολο του πλεονάσματος. Λόγω αβεβαιότητας σχετικά με τη θέληση πληρωμής των καταναλωτών, μπορεί να τιμολογεί κλιμακωτά, με κατηγοριοποίηση των καταναλωτών. Αν όμως το μονοπώλιο επεδίωκε να εισπράττει το επιπλέον αυτό πλεόνασμα μέσω ενιαίας τιμής, θα παραγόταν μικρότερη ποσότητα και αρκετοί καταναλωτές δεν θα καλύπτονταν¹⁴.

3.9 Βραχυχρόνια Προσφορά

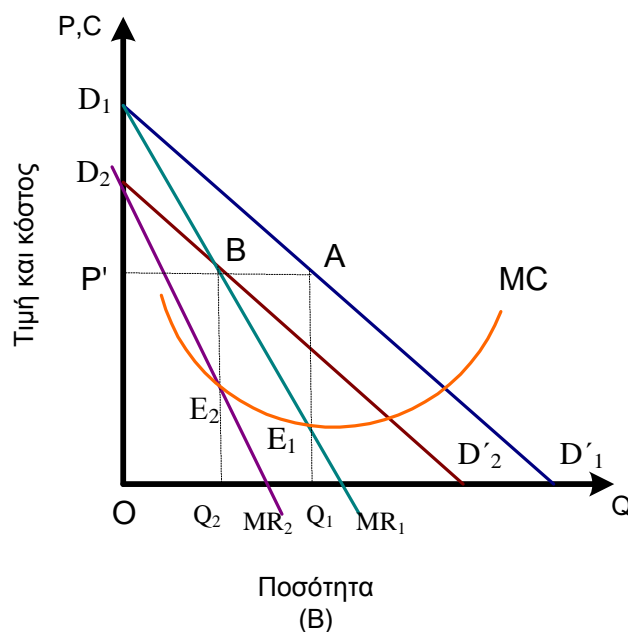
Στον τέλει ανταγωνισμό το τμήμα της καμπύλης του οριακού κόστους, που βρίσκεται πάνω από το ελάχιστο σημείο του μέσου μεταβλητού κόστους, απεικονίζει την καμπύλη προσφοράς. Στο μονοπώλιο η προσφορά της επιχειρήσεως δεν προσδιορίζεται κατά τρόπο μονοσήμαντο, από την καμπύλη του οριακού κόστους. Εφόσον είναι δεδομένη η συνάρτηση του οριακού κόστους μια οποιαδήποτε ποσότητα μπορεί να προσφερθεί σε διαφορετικές τιμές που εξαρτώνται από την αγοραία ζήτηση και επομένως από το μέγεθος της ελαστικότητας ζήτησεως, όπως φαίνεται στο διάγραμμα:



Αν η ελαστικότητα είναι μεγάλη, η ποσότητα θα προσφερθεί σε χαμηλή τιμή και αντίθετα αν η ελαστικότητα είναι μικρή, η ίδια ποσότητα θα προσφερθεί σε μεγάλη τιμή. Συγκεκριμένα, εάν η ζήτηση είναι $D_1D'_1$ και το οριακό έσοδο MR_1 , η ποσότητα Q' θα πωληθεί στην τιμή P_1 . Αν όμως η καμπύλη ζήτησεως είναι $D_2D'_2$ (σχετικά μεγαλύτερη ελαστικότητα) και η καμπύλη οριακού εσόδου MR_2 η ίδια ποσότητα Q' θα πωληθεί στην τιμή P_2 (σχετικά χαμηλότερη).

Εξάλλου με δεδομένη την καμπύλη του οριακού κόστους, στην ίδια τιμή μπορούν να προσφερθούν διάφορες ποσότητες ανάλογα με τη μορφή της αγοραίας καμπύλης ζήτησεως και κατά συνέπεια της καμπύλης του οριακού εσόδου, όπως φαίνεται στο επόμενο διάγραμμα (B). Συγκεκριμένα με δεδομένο το κόστος του μονοπωλητή, αυτός μπορεί να προσφέρει την τιμή P' στην ποσότητα Q_1 , αν η καμπύλη ζήτησεως είναι $D_1D'_1$ ή την ποσότητα Q_2 όταν η καμπύλη ζήτησεως είναι $D_2D'_2$.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι δεν υπάρχει μονοσήμαντη σχέση μεταξύ τιμής και προσφερόμενης ποσότητας⁷.



3.10 Μονοπώλιο με πολλές εγκαταστάσεις

Θα εξετάσουμε τις συνθήκες ισορροπίας του μονοπωλητή που διαθέτει πολλές εγκαταστάσεις, κάθε μια από τις οποίες ενδεχομένως να λειτουργεί με διαφορετικό

κόστος. Ας υποθέσουμε για λόγους ευκολίας ότι μια μονοπωλιακή επιχείρηση διαθέτει δύο εργοστάσια 1 και 2, καθένα από τα οποία έχει διαφορετικό κόστος λειτουργίας. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει είναι τα εξής:

Πρώτον, πόση πρέπει να είναι η συνολική ποσότητα του προϊόντος που θα παράγει και σε ποια τιμή πρέπει να τη διαθέσει για να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της.

Δεύτερον, πόση ποσότητα πρέπει να παράγει σε κάθε εργοστάσιο για να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της.

Η μονοπωλιακή επιχείρηση υποτίθεται ότι γνωρίζει την αγοραία ζήτηση του προϊόντος και συνεπώς την καμπύλη του οριακού εσόδου. Επίσης γνωρίζει το κόστος των δύο εργοστασίων. Η συνολική καμπύλη του οριακού κόστους προκύπτει από την οριζόντια άθροιση των καμπυλών του οριακού κόστους των δύο εργοστασίων, δηλαδή

$$MC=MC_1 + MC_2$$

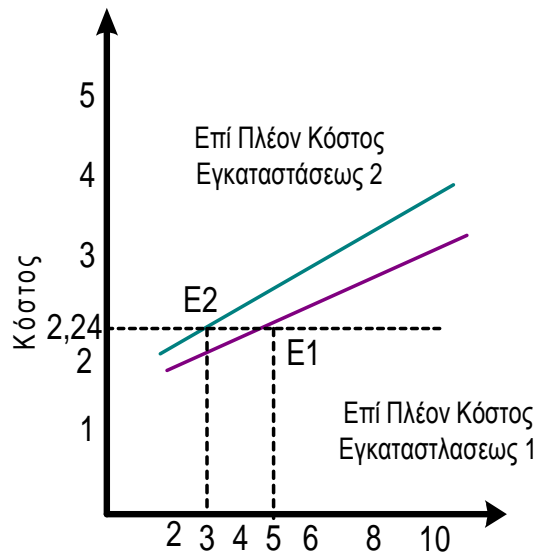
Για τη μεγιστοποίηση των κερδών της μονοπωλιακής επιχείρησης απαιτείται όπως το οριακό κόστος κάθε εργοστασίου είναι ίσο με το κοινό οριακό έσοδο.

$$MR=MC_1=MC_2$$

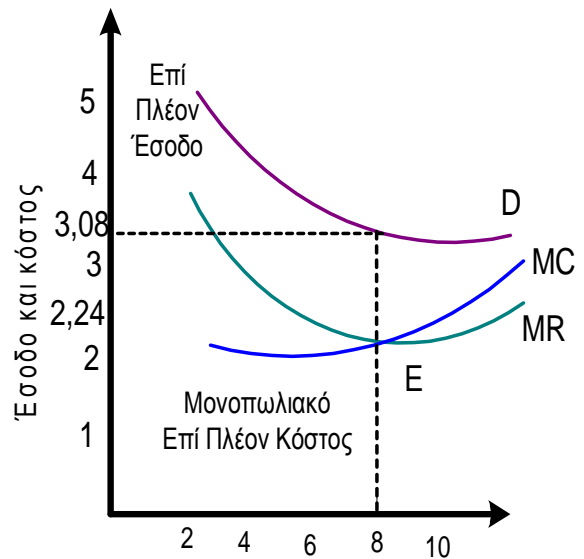
Η σχέση αυτή υπονοεί ότι η μονοπωλιακή επιχείρηση μεγιστοποιεί τα κέρδη της όταν κατανέμει την παραγωγή του συνολικού προϊόντος της μεταξύ των δύο εργοστασίων της κατά τρόπο που το οριακό κόστος καθενός να είναι ίσο με το κοινό οριακό έσοδο (MR), γιατί η καμπύλη ζήτησεως είναι ενιαία. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι εάν το οριακό κόστος ενός εργοστασίου, π.χ. του 1, είναι μικρότερο από το οριακό κόστος του εργοστασίου 2, η μονοπωλιακή επιχείρηση θα αυξήσει τα κέρδη της αυξάνοντας την παραγωγή από το εργοστάσιο 1 και μειώνοντας την παραγωγή από το εργοστάσιο 2, μέχρις ότου επέλθει ισορροπία.

Τα πιο πάνω μπορούν να γίνουν πιο κατανοητά με τη βοήθεια ενός υποθετικού παραδείγματος μονοπωλίου με δύο εγκαταστάσεις που δίνεται από τον παρακάτω πίνακα και απεικονίζεται γραφικά στο επόμενο διάγραμμα.

Παραγωγή και Πωλήσεις	Τιμή	Επί Πλέον Έσοδο	Επί Πλέον Κόστος Εγκαταστάσεως 1	Επί Πλέον Κόστος Εγκαταστάσεως 2	Μονοπωλικό Επί Πλέον Κόστος
1	5,00	-	1,92	2,04	1,92
2	4,50	4,00	2,00	2,14	2,00
3	4,10	3,30	2,08	2,24	2,04
4	3,80	2,90	2,16	2,34	2,08
5	3,55	2,55	2,24	2,44	2,14
6	3,35	2,35	2,32	2,54	2,16
7	3,20	2,30	2,40	2,64	2,24
8	3,08	2,24	2,48	2,74	2,24
9	2,98	2,18	2,56	2,84	2,32
10	2,89	2,08	2,64	2,94	2,34



Παραγωγή
Τμήμα(A): Επί Πλέον Κόστος για τις Εγκαταστάσεις 1 και 2



Παραγωγή και Πωλήσεις
Τμήμα (B): Επί Πλέον Κόστος, Ζήτηση και Επί Πλέον Έσοδο του Μονοπωλίου

Μεγιστοποίηση του Κέρδους Μονοπωλίου με Πολλές Εγκαταστάσεις

Οι πρώτες στήλες του πίνακα παρέχουν τα στοιχεία του εσόδου, ενώ οι τρεις τελευταίες τα στοιχεία του κόστους. Το επί πλέον κόστος του πρώτου και του δεύτερου εργοστασίου απεικονίζονται στο τμήμα Α του διαγράμματος, ενώ η ζήτηση και το επί πλέον έσοδο στο τμήμα Β. Το μονοπωλιακό επί πλέον κόστος βρίσκεται στην οριζόντια άθροιση των καμπυλών επί πλέον κόστους των δύο εργοστασίων.

Το σημείο ισορροπίας της μονοπωλιακής επιχειρήσεως είναι το Ε, όπου η καμπύλη του επί πλέον εσόδου τέμνει την καμπύλη του επί πλέον κόστους στο οποίο αντιστοιχεί 8 μονάδες προϊόντος και αγοραία τιμή 3,08. Στο σημείο ισορροπίας ισχύει $MR=MC=2,24$. Από το σημείο ισορροπίας φέρουμε μια οριζόντια διακεκομμένη γραμμή που τέμνει τις καμπύλες του επί πλέον κόστους στα σημεία E_1 και E_2 στα οποία αντιστοιχούν ποσότητες 5 και 3 μονάδες προϊόντος⁷.

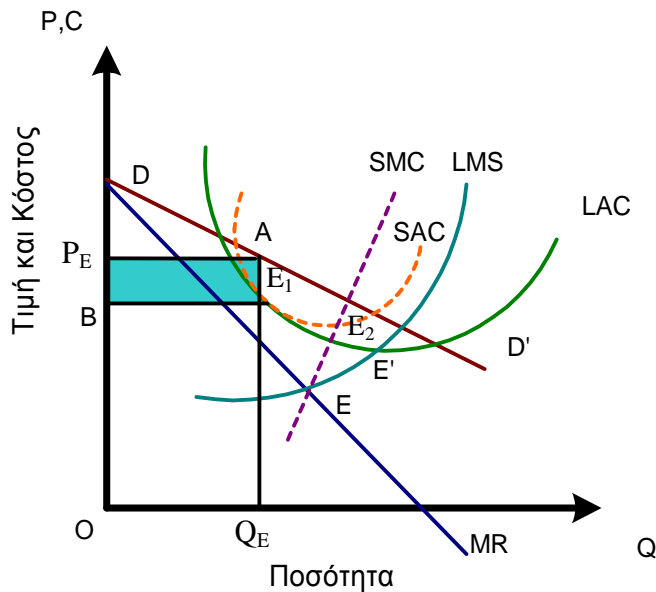
3.11 Μακροχρόνια Ισορροπία της Μονοπωλιακής Επιχειρήσεως

Στη μακροχρόνια περίοδο η μονοπωλιακή επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει καλύτερα τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις ή να αυξήσει τον κεφαλαιουχικό της εξοπλισμό για την παραγωγή προϊόντος τέτοιου ώστε να μεγιστοποιεί τα κέρδη της. Προϋπόθεση για τη διατήρηση της μονοπωλιακής θέσεώς της είναι η αδυναμία της εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο και γενικότερα η διατήρηση των λόγων για τους οποίους δημιουργήθηκε η μονοπωλιακή κατάσταση. Είναι ευνόητο ότι όταν η μονοπωλιακή επιχείρηση έχει ζημιές μακροχρόνια θα εγκαταλείψει τον κλάδο.

Εφόσον η αδυναμία εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο διατηρείται δεν είναι απαραίτητο για τον μονοπωλητή να επεκτείνει τις εγκαταστάσεις του ώστε να φθάσει στο άριστο μέγεθος που αντιστοιχεί στο χαμηλότερο σημείο της καμπύλης του μακροχρόνιου μέσου κόστους (LAC). Άλλωστε δεν είναι βέβαιο αν ο μονοπωλητής έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τις εγκαταστάσεις του στο άριστο μέγεθος μεγιστοποιώντας ταυτόχρονα τα κέρδη του. Αυτό εξαρτάται από το μέγεθος της αγοράς. Έτσι η μονοπωλιακή επιχείρηση ενδεχομένως να λειτουργεί σε επίπεδο παραγωγής χαμηλότερο, μεγαλύτερο ή ίσο με το άριστο μέγεθος.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η περίπτωση στην οποία οι συνθήκες της αγοράς δεν επιτρέπουν στη μονοπωλιακή επιχείρηση να λειτουργήσει στο άριστο μέγεθος, δηλαδή να επεκτείνει την παραγωγή της στο χαμηλότερο σημείο της (LAC) που είναι το σημείο Ε'. Το σημείο όπου η καμπύλη του βραχυχρόνιου μέσου κόστους (SAC) εφάπτεται της (LAC), δηλαδή το E_1 , βρίσκεται αριστερά από το Ε'. Αυτό σημαίνει ότι το

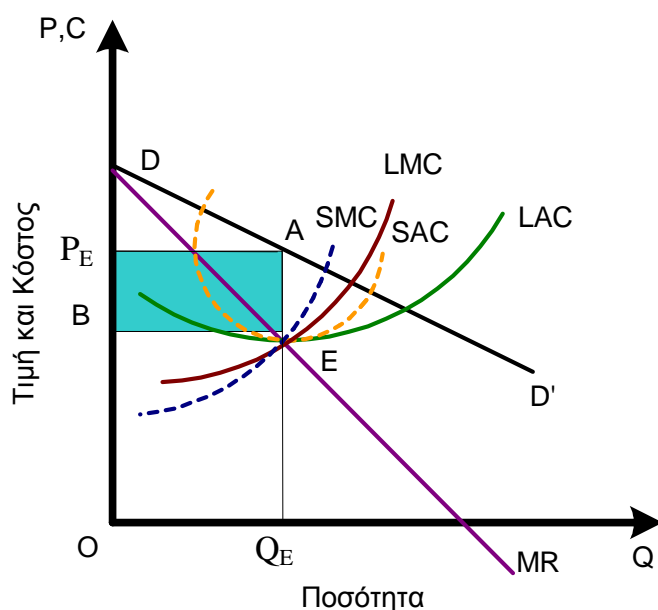
E_1 βρίσκεται στο φθίνον μέρος της καμπύλης (LAC). Επίσης οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις δεν χρησιμοποιούνται πλήρως ακόμη και βραχυχρόνια γιατί το σημείο E_1 δεν είναι το κατώτερο σημείο της SAC, αλλά το E_2 στο οποίο ισχύει η σχέση $SAC=SMC$ (βραχυχρόνιο οριακό κόστος). Επομένως υπάρχουν περιθώρια για αύξηση της παραγωγής και με τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις.



Μονοπωλιακή Επιχείρηση που Λειτουργεί σε χαμηλότερο Επίπεδο Παραγωγής από το Άριστο Μέγεθος

Το σημείο ισορροπίας είναι το E, στο οποίο ισχύει η σχέση $LMC=SMC=MR$. Στο σημείο E αντιστοιχεί επίπεδο παραγωγής Q_E και τιμή P_E . Επομένως είναι φανερό ότι $SMC=LMC=MR < P$. Το επίπεδο παραγωγής Q_E αντιστοιχεί επίσης και στο σημείο E_1 , όπου $LAC=SAC$. Το βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο μέσο κόστος είναι ίσο με OB και επειδή το μέσο έσοδο είναι ίσο με την τιμή P_E έπεται ότι το ανά μονάδα κέρδος είναι BP_E . Επομένως το συνολικό μακροχρόνιο κέρδος ισούται με το εμβαδό BP_EAE_1 .

Αν υποθεθεί ότι η ζήτηση αυξάνει, η μονοπωλιακή επιχείρηση μπορεί να επεκταθεί και να παράγει εκεί ακριβώς όπου γίνεται η άριστη χρησιμοποίηση των εγκαταστάσεών της, δηλαδή στο κατώτερο σημείο της καμπύλης του μακροχρόνιου μέσου κόστους του επόμενου διαγράμματος, το σημείο ισορροπίας είναι το E, όπου το βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο μέσο κόστος καθώς και το οριακό κόστος θα ισούται με το



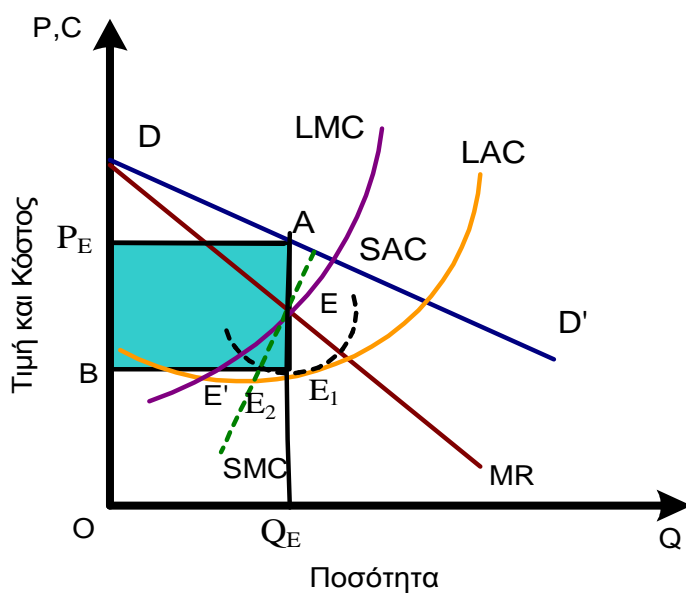
Μονοπωλιακή Επιχείρηση που Λειτουργεί σε Άριστο Μέγεθος Παραγωγής

οριακό έσοδο, αλλά θα είναι μικρότερα από την τιμή του προϊόντος. Οι συνθήκες ισορροπίας δίνονται από τη σχέση

$$SMC=SAC=LMC=LAC=MR < P=AR.$$

Στην περίπτωση αυτή τα μακροχρόνια κέρδη ισούνται με την επιφάνεια $P_E A E B$.

Αν, τέλος υποθεθεί ότι το μέγεθος της αγοράς είναι τέτοιο ώστε η μονοπωλιακή επιχείρηση επεκτείνει την παραγωγή της σε επίπεδο υψηλότερο από το άριστο, τότε λειτουργεί με το κόστος που είναι μεγαλύτερο από το άριστο, όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα. Αυτό συμβαίνει γιατί αφενός η LAC εφάπτεται της SAC στο σημείο E_1 που βρίσκεται δεξιά του κατώτερου σημείου E' της καμπύλης LAC και αφετέρου το σημείο E_1 δεν είναι το ελάχιστο της SAC, αλλά το E_2 εκεί όπου $SMC=SAC$. Στο σημείο E_1 αντιστοιχεί επίπεδο παραγωγής Q_E και τιμή P_E . Το μέσο κόστος είναι OB και το ανά μονάδα κέρδος $P_E B$. Τα συνολικά κέρδη του μονοπωλητή παρέρχονται από την επιφάνεια $B P_E A E_1$. Συμπερασματικά μπορεί να λεχθεί ότι η μονοπωλιακή επιχείρηση για να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της λειτουργεί με υψηλότερο κόστος (στο αυξανόμενο τμήμα της LAC) πρώτον γιατί έχει εγκαταστάσεις μεγαλύτερες από το άριστο μέγεθος και δεύτερον, γιατί υπερχρησιμοποιούνται.



Μονοπωλιακή Επιχείρηση που Λειτουργεί σε Υψηλότερο Επίπεδο Παραγωγής από το Άριστο Μέγεθος

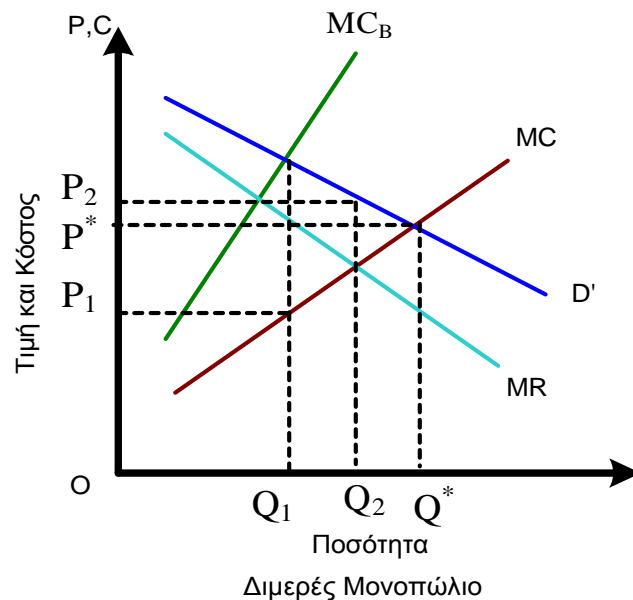
Από όσα ειπώθηκαν γίνεται σαφές ότι το μέγεθος στο οποίο θα λειτουργήσει η μονοπωλιακή επιχείρηση μακροχρόνια εξαρτάται από το μέγεθος της αγοράς με δεδομένη την τεχνολογία. Δεν είναι πάντως βέβαιο ότι η μονοπωλιακή επιχείρηση θα επιτύχει το άριστο επίπεδο παραγωγής, όπως συμβαίνει στον τέλει ανταγωνισμό. Στο μονοπώλιο δεν υπάρχουν οι δυνάμεις της αγοράς που θα ωθήσουν την επιχείρηση στο άριστο μέγεθος που αντιπροσωπεύει το ελάχιστο μακροχρόνιο μέσο κόστος⁷.

3.12 Διμερές Μονοπώλιο

Διμερές μονοπώλιο υπάρχει όταν σε μια αγορά, ένας μοναδικός αγοραστής, ο μονοπωλητής, αντιμετωπίζει έναν μοναδικό πωλητή, τον μονοπωλητή. Ας υποθέσουμε ότι υπάρχει μια επιχείρηση εξορύξεως σιδήρου και μια βιομηχανία επεξεργασίας προϊόντων σιδήρου. Το παράδειγμα αυτό δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα γιατί το φαινόμενο του διμερούς μονοπωλίου δεν είναι τόσο συνηθισμένο στην αγορά αγαθών. Είναι όμως συνηθισμένο στην αγορά εργασίας, όταν οι εργαζόμενοι έχουν οργανωθεί σε εργατικές ενώσεις και αντιμετωπίζουν έναν εργοδότη.

Το διμερές μονοπώλιο αναλύεται με τη βοήθεια του ακόλουθου διαγράμματος. Η καμπύλη ζήτησης του μοναδικού αγοραστή είναι η DD' και η αντίστοιχη καμπύλη του οριακού εσόδου MR , τις οποίες αντιμετωπίζει ο μονοπωλητής. Η καμπύλη του οριακού κόστους του μονοπωλητή (της επιχειρήσεως εξορύξεως σιδήρου) είναι η MC . Το σημείο

ισορροπίας για το μονοπωλητή είναι το A, στο οποίο αντιστοιχεί ποσότητα Q_2 και τιμή P_2 . Αυτό συμβαίνει επειδή ο μονοπωλητής αντιμετωπίζει το μοναδικό αγοραστή ως τέλειο ανταγωνιστή, δηλαδή ως εάν ο μονοπωλητής διέθετε το προϊόν του σε μια



απρόσωπη αγορά (πλήρως ανταγωνιστική) και επομένως ο αγοραστής (η επιχείρηση επεξεργασίας σιδήρου) δεν είχε καμία διαπραγματευτική δύναμη όσον αφορά τη διαμόρφωση της τιμής. Αλλά στην περίπτωση αυτή δεν υπάρχουν πολλοί αγοραστές και ο μοναδικός αγοραστής αντιλαμβάνεται τη δυνητική του ισχύ ως μονοψωνητή και επιθυμεί να επιβάλλει τους δικούς του όρους στον παραγωγό. Ο μονοψωνητής θα επιθυμούσε να ελέγξει την αγορά και να εξαναγκάσει το μονοπωλητή να συμπεριφερθεί ως τέλειος ανταγωνιστής. Στην περίπτωση αυτή η καμπύλη του οριακού κόστους του μονοπωλητή MC θα ήταν η καμπύλη προσφοράς για το μονοψωνητή. Η καμπύλη του οριακού κόστους θα αντιπροσώπευε τις ελάχιστες ποσότητες προϊόντος τις οποίες ο μονοπωλητής θα ήταν διατεθειμένος να προσφέρει για κάθε επίπεδο τιμών. Είναι φανερό ότι η καμπύλη MC στην περίπτωση αυτή προσδιορίζεται από τους παράγοντες τους οποίους δεν ελέγχει ο μονοψωνητής.

Η καμπύλη του οριακού κόστους για την επιχείρηση επεξεργασίας του σιδήρου είναι η MC_B , που δείχνει τη δαπάνη του αγοραστή για την αγορά μιας πρόσθετης μονάδας προϊόντος. Το προϊόν αυτό αποτελεί μια εισροή της παραγωγικής διαδικασίας της επιχειρήσεως επεξεργασίας σιδήρου. Ο μονοψωνητής που επιδιώκει τη

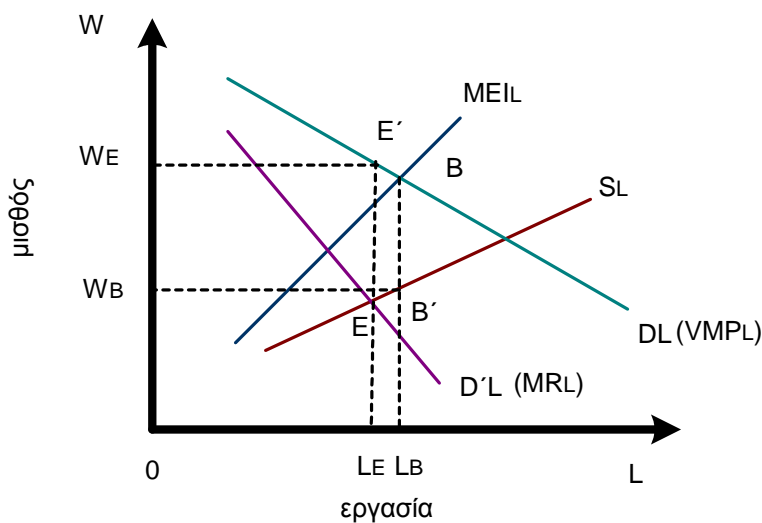
μεγιστοποίηση των κερδών του το επιτυγχάνει εξισώνοντας το οριακό κόστος από την αγορά μιας πρόσθετης μονάδας προϊόντος (μετάλλευμα σιδήρου) με την τιμή του προϊόντος. Το σημείο ισορροπίας για το μονοψωνητή βρίσκεται στο σημείο Β. Αυτό σημαίνει ότι ο μονοψωνητής επιθυμεί να αγοράσει την ποσότητα Q_1 στην τιμή P_1 , διότι για το μονοψωνηστή η συνάρτηση προσφοράς του μονοπωλητή είναι η καμπύλη MC. Με άλλη διατύπωση κατά το μονοψωνητή την ποσότητα Q_1 πρέπει ο μονοπωλητής να προσφέρει στην τιμή P_1 . Όμως ο μονοψωνητής δεν αγοράζει από πολλούς πωλητές για να μπορεί να επιβάλλει την τιμή P_1 αλλά μόνο από ένα πωλητή, ο οποίος θέλει να πωλήσει το προϊόν του στην τιμή P_2 . Δεδομένου ότι ο αγοραστής επιθυμεί να πληρώσει στην τιμή P_1 και ο μονοπωλητής επιθυμεί να πωλήσει στην τιμή P_2 , υπάρχει απροσδιοριστία τιμής στην αγορά. Στην περίπτωση αυτή οι δύο επιχειρήσεις θα αρχίσουν τις διαπραγματεύσεις και τελικά θα καταλήξουν σε συμφωνία όσον αφορά την τιμή, η οποία θα διαμορφωθεί μεταξύ P_1 και P_2 ($P_1 < P < P_2$).

Αν δημιουργηθεί διμερές μονοπώλιο στην αγορά κάποιου αγαθού, είναι ενδεχόμενο ο μονοψωνητής να καταβάλλει προσπάθεια για την εξαγορά της επιχειρήσεως. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται κάθετη οργάνωση των επιχειρήσεων. Στην περίπτωση αυτή η καμπύλη προσφοράς MC γίνεται καμπύλη οριακού κόστους του μονοψωνητή. Συνεπώς η ισορροπία του μονοψωνητή είναι το σημείο Γ, όπου η νέα καμπύλη του οριακού κόστους τέμνει την καμπύλη ζήτησεως DD', που εκφράζει συγχρόνως το μέσο έσοδο και την τιμή του πρώην μονοψωνητή. Στο σημείο Γ αντιστοιχεί επίπεδο προϊόντος Q^* που είναι μεγαλύτερο από την ποσότητα Q_2 που επιθυμούσε ο μονοπωλητής να πωλήσει στην προηγούμενη κατάσταση ($Q^* > Q_2$) και χαμηλότερη τιμή P^* ($P_2 > P^*$). Επομένως με την κάθετη οργάνωση των επιχειρήσεων αυξάνει η παραγωγή της εισροής και επομένως το τελικό προϊόν του πρώην μονοψωνητή και μειώνεται η τιμή⁷.

3.13 Διμερές μονοπώλιο στην αγορά εργασίας

Το χαρακτηριστικό του διμερούς μονοπωλίου είναι ότι δεν επιτυγχάνει ισορροπία με συνέπεια να υπάρχει απροσδιοριστία όσον αφορά τον καθορισμό του μισθού και της απασχόλησης. Ο μονοπωλητής για να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του θα ήθελε να διαθέσει OL_E μονάδες εργασίας στην τιμή W_E . Το μονοψώνιο ισορροπεί στο σημείο τομής των καμπύλων ME_L και D_L , δηλαδή στο σημείο Β, και θα ήθελε να απασχολεί

OL_B μονάδες εργασίας στην τιμή W_B . Είναι φανερό ότι στις συνθήκες αυτές οι δυνάμεις της αγοράς δεν οδηγούν στον προσδιορισμό μοναδικού μισθού και απασχόλησης, αλλά παρέχουν το ανώτατο και κατώτατο επίπεδο του μισθού και της απασχόλησης. Στην περίπτωση επομένως του διμερούς μονοπωλίου ο μισθός θα πρέπει να προσδιοριστεί από μηχανισμό, όπως για παράδειγμα μέσω διαπραγματεύσεων μεταξύ των δύο μερών ή μετα από κρατική παρέμβαση. Το αποτέλεσμα των διαπραγματεύσεων είναι αβέβαιο αλλά αναμένεται ότι τελικά ο μισθός θα διαμορφωθεί μεταξύ του W_E και W_B ¹¹.

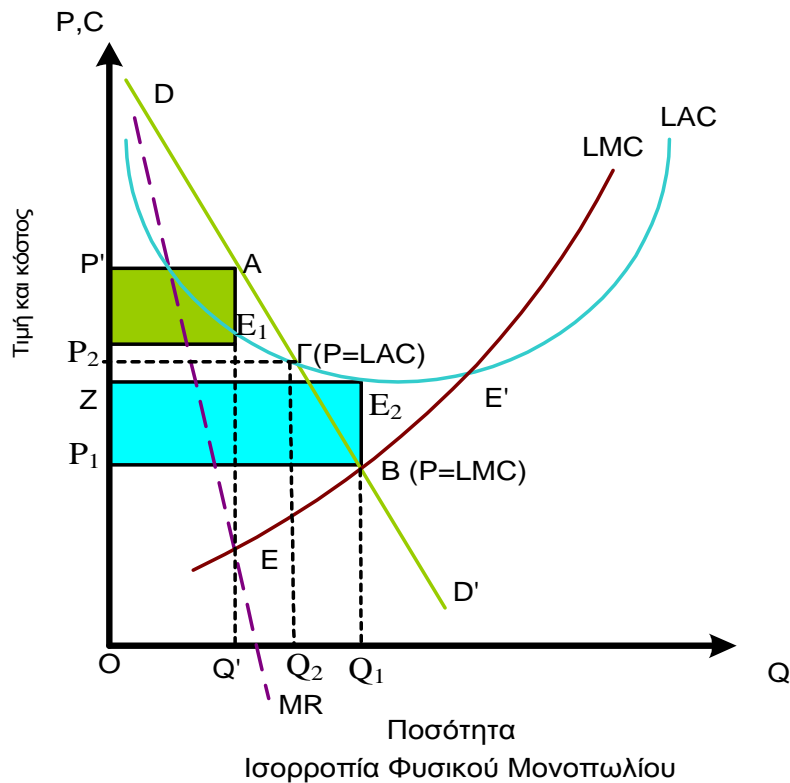


Προσδιορισμός W και L στο διμερές μονοπώλιο

3.14 Φυσικό Μονοπώλιο Ελεγχόμενο από το Κράτος

Η τεχνολογία της παραγωγής μερικών αγαθών και υπηρεσιών μπορεί να είναι τέτοια ώστε, το ελάχιστο μέσο κόστος να επιτυγχάνεται σε επίπεδο παραγωγής μεγαλύτερο από την υπάρχουσα ζήτηση. Σε αυτές τις περιπτώσεις παραβιάζονται ορισμένες από τις βασικές προϋποθέσεις της αγοράς ως ανταγωνιστής και διαμορφώνεται μια κατάσταση γνωστή ως φυσικό μονοπώλιο. Κατά συνέπεια θεωρώντας ότι μπορεί να προστατέψει τα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού από την οικονομική δύναμη που συνήθως συγκεντρώνουν οι επιχειρήσεις στους εν λόγω κλάδους, το κράτος μπορεί να αναλάβει το ίδιο τη λειτουργία τους ή να καθορίσει την τιμή του προϊόντος ή των υπηρεσιών για τον ιδιώτη μονοπωλητή ή τις τιμές αν εφαρμόζει διαφορισμό τιμών.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί, ο μονοπωλητής βρίσκεται σε ισορροπία στο σημείο E, όπου $MR = MC$, στο οποίο αντιστοιχεί τιμή P' και ποσότητα Q' . Τα μέγιστα κέρδη της μονοπωλιακής επιχειρήσεως ισούνται με την επιφάνεια ΔPAE_1 .



Τόσο στην θεωρία όσο και στην πράξη έχουν ευρέως συζητηθεί δύο δυνατότητες ελέγχου της τιμολογιακής πολιτικής:

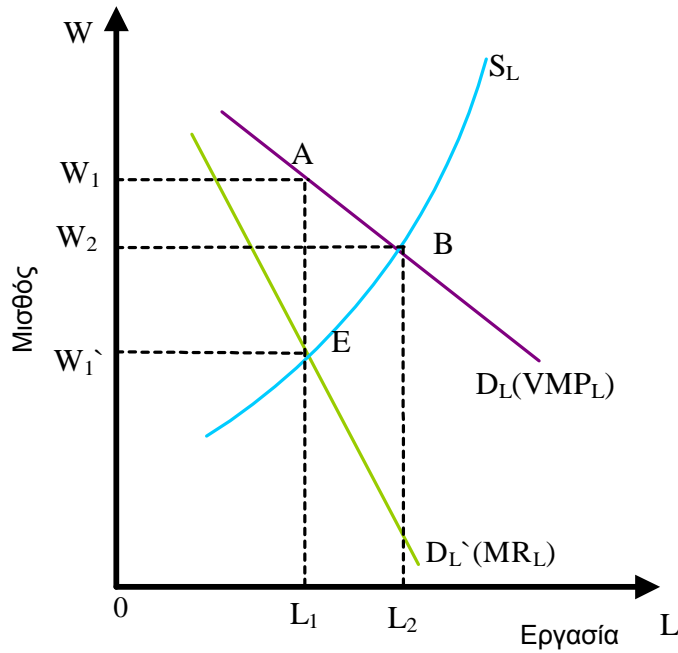
Πρώτον, το κράτος να καθορίσει τιμή ίση με το μακροχρόνιο οριακό κόστος ($LMC=P$). Στην περίπτωση αυτή υπάρχουν ζημιές γιατί η τιμή, που καθορίζει το φυσικό μονοπώλιο, βρίσκεται κάτω από την καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου κόστους (LAC). Στο σημείο B αντιστοιχεί τιμή P_1 και ποσότητα Q_1 που είναι μεγαλύτερη από την Q' . Στην περίπτωση αυτή το ανά μονάδα κόστος είναι E_2Q_1 και η ανά μονάδα ζημιά είναι E_2B . Επομένως η συνολική ζήτηση είναι P_1BE_2Z . Μερικοί οικονομολόγοι, που υποστηρίζουν ότι πρέπει να εξισωθεί το οριακό κόστος με την τιμή, προτείνουν η (ανά μονάδα) διαφορά E_2B να καλυφθεί με επιδότηση του Δημοσίου προς την επιχείρηση κοινής ωφέλειας. Με τον τρόπο αυτό, η τιμή που πληρώνει ο καταναλωτής ισούται με το οριακό κόστος. Στην πραγματικότητα, όμως ο καταναλωτής δεν πληρώνει τιμή ίση με το αληθινό κοινωνικό κόστος ευκαιρίας για την ποσότητα που καταναλώνει. Μέρος από το κοινωνικό κόστος το επιβαρύνονται οι φορολογούμενοι που πληρώνουν την επιδότηση και οι οποίοι τυπικά δεν είναι οι καταναλωτές ή όλοι οι καταναλωτές του επιδοτούμενου προϊόντος.

Στην περίπτωση που η αγορά μεγενθύνεται, το κράτος εξετάζει κατά πόσο η μονοπωλιακή επιχείρηση μπορεί να αντιμετωπίσει τη διευρυμένη αγορά και σε περίπτωση αδυναμίας είναι δυνατόν να υπάρξει και άλλη παρόμοια επιχείρηση, με σκοπό να μειώσει τις ζημιές που προκύπτουν από την εξίσωση της τιμής με το οριακό κόστος. Με άλλα λόγια το κράτος που ασκεί τον έλεγχο εξετάζει αν το χαμηλότερο κόστος παραγωγής του προϊόντος, που διατίθεται στην αγορά, επιτυγχάνεται από μια ή δύο επιχειρήσεις. Στην περίπτωση που υπάρχουν δύο μονοπωλιακές επιχειρήσεις η ισορροπία επιτυγχάνεται με τον ίδιο τρόπο, όπως συμβαίνει στο μονοπώλιο με τις πολλές εγκαταστάσεις.

Δεύτερον, το κράτος μπορεί να καθορίσει τιμή ίση με το μέσο κόστος. Στο σημείο Γ αντιστοιχεί τιμή P_2 , που είναι μικρότερη από την τιμή ισορροπίας P' , και ποσότητα Q_2 , που είναι μεγαλύτερη από την ποσότητα ισορροπίας Q' . Στην περίπτωση αυτή υπάρχουν μόνο κανονικά κέρδη που εμπεριέχονται στο κόστος⁷.

3.15 Μονοπώλιο στην Αγορά εργασίας

Όταν τα εργατικά συνδικάτα ή σωματεία είναι σε θέση να ελέγξουν την προσφορά εργασίας, τότε η συμπεριφορά τους παρομοιάζει με αυτή του μονοπωλίου. Έστω λοιπόν ότι όλα τα άτομα που προσφέρουν εργασία είναι μέλη μιας εργατικής ένωσης, η οποία ρυθμίζει την προσφορά εργασίας προς τις επιχειρήσεις. Αν η καμπύλη ζήτησης εργασίας είναι η D_L (πλήρης ανταγωνισμός στην αγορά προϊόντος), τότε κατ'αντιστοιχίαν προς τον μονοπωλητή προϊόντος ο μονοπωλητής εργασίας (δηλαδή η εργατική ένωση) αντιμετωπίζει την καμπύλη D_L' , η οποία είναι οριακή της D_L και δείχνει το οριακό έσοδο εργασίας MR_L που προκύπτει από την «πώληση» διαδοχικών μονάδων εργασίας όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα που ακολουθεί. Η δαπάνη για το μονοπώλιο είναι ο μισθός τον οποίο πρέπει να πληρώσει στα μέλη του για να προσφέρουν τη ζητούμενη ποσότητα εργασίας. Η εργατική ένωση μεγιστοποιεί τα «κέρδη» της στο σημείο E, δηλαδή όπου τέμνονται οι καμπύλες S_L και D_L' . Η εργατική ένωση λαμβάνει OW_1 για κάθε μονάδα εργασίας και κάθε εργαζόμενος λαμβάνει OW_1 ως αμοιβή για κάθε μονάδα προσφερόμενης εργασίας. Τα «κέρδη» της εργατικής ένωσης είναι το γινόμενο $(W_1 - W) \cdot OL_1$.



Προσδιορισμός W και L σε συνθήκες μονοπωλίου στην αγορά εργασίας

Τα «κέρδη» της ένωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν ποικιλοτρόπως προς όφελος των μελών της, Από οικονομική άποψη, η μονοπωλιακή συμπεριφορά του εργατικού σωματείου έχει νόημα μόνο εφόσον το εμβαδόν $0W_1AL_1$ είναι μεγαλύτερο του εμβαδού $0W_2BL_2$. Αυτό βεβαίως εξαρτάται από την ελαστικότητα της καμπύλης ζήτησης για εργασία¹¹.

3.16 Περιπτώσεις Μονοπωλίου στην Ελληνική Πραγματικότητα

Η εταιρία που κατέχει νομικώς προστατευόμενη μονοπωλιακή θέση στον κλάδο της διεξαγωγής αθλητικών στοιχημάτων που κατατίθενται σε φυσικό χώρο (δηλαδή στα πρακτορεία), είναι ο ΟΠΑΠ. Λόγω της φύσης του προϊόντος, αν και έχει κρατικώς ελεγχόμενη διοίκηση, έχει σχετική ελευθερία ως προς τον καθορισμό της τιμής και κατά συνέπεια του περιθωρίου κέρδους, δεδομένου ότι είναι μια μονοπωλιακή επιχείρηση. Αν και είναι πιθανό το ενδεχόμενο καταδικαστικής απόφασης από τα Ευρωπαϊκά όργανα για την νομική κατοχύρωση της μονοπωλιακής θέσης της επιχείρησης, οι επενδυτές έχουν διαμορφώσει την προσδοκία ότι ακόμα και όταν ανοίξει η αγορά στον ανταγωνισμό, η διαδικασία αυτή θα είναι πολύ αργή, λόγω του πολύ μεγάλου δικτύου του ΟΠΑΠ μέσω των χιλιάδων πρακτορείων του σε όλη τη χώρα. Κατά συνέπεια, έχει διαμορφωθεί η προσδοκία ότι ο ΟΠΑΠ θα συνεχίσει για αρκετά χρόνια να έχει ουσιαστικά

μονοπωλιακή θέση στον κλάδο του και θα απολαμβάνει πολύ υψηλά περιθώρια κέρδους που θα οδηγήσουν σε σταθερά υψηλή κερδοφορία, εξ ου και η πολύ υψηλή χρηματιστηριακή αξία.

Στον αντίποδα βρίσκεται η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού. Ένας εξωτερικός αναλυτής θα παραξενευόταν από την πολύ χαμηλή αποτίμηση της επιχείρησης παραγωγής ηλεκτρισμού και μεγαλύτερης βιομηχανικής επιχείρησης στην Ελλάδα. Εκτός από την ουσιαστικά μονοπωλιακή της θέση, που θεωρητικά θα της εξασφάλιζε μεγάλα περιθώρια κέρδους, η ΔΕΗ έχει και έναν εντυπωσιακό ρυθμό αύξησης πωλήσεων. Για μια 25ετία οι πωλήσεις της παρουσιάζουν έναν ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξης του 4-4,5%. Η κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας αυξήθηκε με πολύ μεγάλο ρυθμό τα τελευταία χρόνια και επί πλέον παρουσιάζεται έλλειψη ηλεκτρικής ενέργειας στον ελλαδικό χώρο. Η έλλειψη αυτή οδήγησε στην εισαγωγή ενέργειας από την Ιταλία και τη Βουλγαρία, ιδίως σε περιόδους υπερβολικής ζήτησης κατά τις θερινές περιόδους. Υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο η αύξηση κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας θα απαιτεί αύξηση της εγκατεστημένης ισχύος για τη ΔΕΗ γύρω στα 300 MW. Συνεπώς η ζήτηση για ηλεκτρική ενέργεια είναι έντονα ανοδική, ενώ η παραγωγή έχει αγγίξει τα ανώτερα της όρια. Το γεγονός αυτό θα σήμαινε ότι η οριακή απόδοση των νέων επενδύσεων σε μονάδες παραγωγής θα ήταν ιδιαιτέρως υψηλή.

Συνοψίζοντας, έχουμε μια εταιρεία η οποία κατέχει μονοπωλιακή θέση στον πιο σημαντικό κλάδο της εγχώριας οικονομίας, αντιμετωπίζει μια έντονα ανοδική ζήτηση, ενώ η παραγωγή ενέργειας είναι περιορισμένη. Η εταιρεία δεν έχει την ελευθερία διαμόρφωσης της τιμής πώλησης της ενέργειας, λόγω του κρατικού ελέγχου. Η πολιτική χαμηλής τιμής στην ηλεκτρική ενέργεια και οι υποστηρικτές της έχουν επικρατήσει τις τελευταίες δεκαετίες. Στην ιστοσελίδα της ΔΕΗ αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι την τελευταία 12ετία (ως το 2005) η πραγματική τιμή του ηλεκτρικού ρεύματος μειώθηκε κατά 27%. Κατά συνέπεια, είναι πολύ ενδιαφέρον να εξετάσουμε τις επιπτώσεις αυτής της πολιτικής σε όλο το φάσμα της οικονομικής ζωής της χώρας.

Το πιο σημαντικό επιχείρημα υπέρ της πολιτικής χαμηλής τιμής, ανεξαρτήτως κόστους, είναι η άσκηση «κοινωνικής πολιτικής». Αλλά η ΔΕΗ Α.Ε. δεν δύναται να ασκήσει αποτελεσματική κοινωνική πολιτική γιατί, εκτός των άλλων, απλούστατα δεν έχει στη διάθεσή της στοιχεία για τις κοινωνικές ανάγκες των πολιτών (εισόδημα, αριθμός μελών νοικοκυριού, λοιπές κοινωνικές ανάγκες), ούτως ώστε να ακολουθήσει διαφορική τιμολογιακή πολιτική. Για να υποδείξουμε την πλήρη αστοχία άσκησης κοινωνικής πολιτικής μέσω της ΔΕΗ, αναφέρουμε ένα ακραίο παράδειγμα. Η κατά

κεφαλήν δαπάνη για ηλεκτρική ενέργεια μιας πολύτεκνης οικογένειας θα είναι μεγαλύτερη από τη δαπάνη ενός εύπορου ατόμου που διαμένει μόνο του, ακόμα και αν η κατανάλωση του ατόμου αυτού είναι κατά 50% μεγαλύτερη από την κατά κεφαλήν κατανάλωση της πολύτεκνης οικογένειας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι κλίμακες τιμολόγησης της ΔΕΗ αφορούν τη συνολική κατανάλωση και όχι την κατά κεφαλήν, ούτε βέβαια λαμβάνουν υπόψη το εισόδημα των καταναλωτών και τα ιδιαίτερα τους κοινωνικά χαρακτηριστικά. Τα μονομελή νοικοκυριά, ακόμα και σε περιπτώσεις ακραίας σπατάλης ηλεκτρικής ενέργειας δεν φθάνουν ποτέ στις υψηλές κλίμακες τιμολόγησης. Ομοίως, ένας καταναλωτής που μοιράζει την κατανάλωση του μεταξύ της κύριας και της εξοχικής του κατοικίας στη τετραμηνία, θα πληρώσει λιγότερο από έναν λιγότερο εύπορο καταναλωτή που δεν έχει εξοχική κατοικία και καταναλώνει την ίδια ποσότητα KWh!¹³.

3.17 Η Διαμόρφωση του Σύγχρονου / Μονοπωλιακού Καπιταλισμού – Απόψεις που έχουν καταγραφεί

Μπορούμε να διακρίνουμε δύο βασικά στάδια μέχρι σήμερα στην εξέλιξη του καπιταλισμού:

Ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής στηρίζεται στην ατομική ιδιοκτησία στα μέσα παραγωγής, με βάση την οποία αγοράζεται η εργατική δύναμη, σαν ελεύθερο εμπόρευμα, και ιδιοποιείται από τον κατέχοντα τα μέσα παραγωγής μέρος της αξίας που παράγει (υπεραξία). Στο πρώτο στάδιο της ανάπτυξης του καπιταλισμού ένα βασικό χαρακτηριστικό ήταν η ύπαρξη μεγάλου αριθμού ανεξάρτητων επιχειρήσεων σε κάθε βιομηχανικό κλάδο. Από τις μικρές αυτές επιχειρήσεις καμιά δεν μπορούσε να κυριαρχήσει στην αγορά.

Η κατάσταση αυτή μεταβλήθηκε βαθμιαία μετά το 1880, όταν η συγκέντρωση και συγκεντροποίηση του κεφαλαίου άφησαν σε μια σειρά βιομηχανικούς κλάδους μονάχα ένα περιορισμένο αριθμό μεγαλύτερων επιχειρήσεων που παρήγαν συνολικά το 70% και το 80% της παραγωγής.

Ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής, στη πορεία ανάπτυξής του, κοινωνικοποιεί την παραγωγή, συγκεντρώνει και επαναστατικοποιεί τα μέσα παραγωγής με τον ανταγωνισμό μεταξύ των μεγαλύτερων και των μικρότερων καπιταλιστικών επιχειρήσεων. Έτσι αναπτύσσονται νέες βιομηχανίες (ηλεκτρικών συσκευών, πετρελαιοβιομηχανία, αυτοκινητοβιομηχανία, χημικές βιομηχανίες) που η ίδρυση τους

απαιτεί πολύ μεγαλύτερη συγκέντρωση αρχικού κεφαλαίου από ότι οι παλιότεροι κλάδοι. Το γεγονός αυτό περιορίζει πλέον από την αρχή τον αριθμό των ανταγωνιστών κάθε κλάδου σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο Μαρξ εξηγεί πως ο ίδιος ο αγώνας του ανταγωνισμού δρα σα μια δύναμη συγκεντροποίησης του κεφαλαίου. Γράφει χαρακτηριστικά στον πρώτο τόμο του Κεφαλαίου: «Η πάλη του συναγωνισμού διεξάγεται με τη μείωση στις τιμές των εμπορευμάτων. Η φθίνια των εμπορευμάτων εξαρτάται από την παραγωγικότητα της εργασίας και εκείνη πάλι από την κλίμακα παραγωγής. Για αυτό τα μεγάλα κεφάλαια νικούν τα μικρά».

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο συγκέντρωσης και συγκεντροποίησης, οι μεγάλες εταιρείες κυριαρχούν στην καπιταλιστική αγορά και διαμοιράζουν την αγορά μεταξύ τους σύμφωνα με το συσχετισμό δυνάμεων τη δεδομένη στιγμή. Ανοίγει δηλαδή ο δρόμος για τη σύναψη διαφόρων μορφών συμφωνιών μεταξύ των καπιταλιστών.

Ο Λένιν με έναν εξαιρετικά απλό και παραστατικό τρόπο περιγράφει αυτού του τύπου τη διαδικασία στο άρθρο του "Η συγκέντρωση της παραγωγής στη Ρωσία". Γράφει: «Στο καπιταλιστικό καθεστώς η κάθε αυτοτελής επιχείρηση βρίσκεται σε πλήρη εξάρτηση από την αγορά. Και σε μια τέτοια εξάρτηση όσο μεγαλύτερη είναι η επιχείρηση τόσο φθηνότερα μπορεί να πουλάει το προϊόν της. Ο μεγάλος καπιταλιστής αγοράζει φθηνότερα τα ακατέργαστα υλικά, τα καταναλώνει οικονομικότερα, χρησιμοποιεί καλύτερες μηχανές. Οι μικρές επιχειρήσεις καταστρέφονται και χάνονται. Η παραγωγή όλο και περισσότερο συναθροίζεται, συγκεντρώνεται στα χέρια λίγων εκατομμυριούχων. Τα πολύ μεγάλα εργοστάσια πνίγουν τα μικρά και συγκεντρώνουν όλο και περισσότερο την παραγωγή. Ολοένα και μεγαλύτερες μάζες εργατών συγκεντρώνονται σε ένα μικρό αριθμό επιχειρήσεων».

Η εμφάνιση της γιγαντιαίας επιχείρησης είναι αποτέλεσμα της συγκέντρωσης και συγκεντροποίησης του κεφαλαίου, εκφράζει αναπτυγμένο βαθμό κοινωνικοποίησης της παραγωγής. Η γιγαντιαία επιχείρηση αποτελεί τη βάση για τη μεταβολή των κοινωνικών σχέσεων παραγωγής. Ουσιαστικά η γιγαντιαία επιχείρηση οργανώνει, σχεδιάζει, υπολογίζει τον ακριβή αριθμό πρώτων υλών, τη μεταφορά τους, κατευθύνει από ένα κέντρο τα στάδια της διαδοχικής κατεργασίας της πρώτης ύλης και την πλήρη παραγωγή σειράς ετοιμών προϊόντων, διανομή τους, σε διαστάσεις που φθάνουν τα 2/3 ή και τα 3/4 της συνολικής ποσότητας παραγωγής ενός κλάδου.

Ιδιαίτερη προσοχή δίνει ο Λένιν στους τρόπους και στα μέσα με τα οποία εξαναγκάζονται οι μεμονωμένες καπιταλιστικές επιχειρήσεις να ενταχθούν στις ενώσεις

των μονοπωλητών για να επιζήσουν. Παραθέτει μάλιστα την κωδικοποίηση αυτών των μέσων από τον Γερμανό οικονομολόγο Κέστνερ, ο οποίος εντόπιζε σαν κυριότερα μέσα τα ακόλουθα:

1. Στέρηση των πρώτων υλών
2. Στέρηση των εργατικών χεριών μέσω συμφωνιών των μονοπωλίων με τις εργατικές ενώσεις, για να πιάνουν οι εργάτες δουλειά μόνο στις επιχειρήσεις του καρτέλ.
3. Στέρηση του εφοδιασμού
4. Αποκλεισμός από την αγορά κατανάλωσης
5. Συμφωνία με τον αγοραστή να έχει αποκλειστικά εμπορικές σχέσεις με το καρτέλ
6. Σχεδιασμένη μείωση των τιμών για την καταστροφή των εκτός καρτέλ επιχειρήσεων.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα των ημερών μας, στη χώρα μας, είναι το πως λειτούργησε ανταγωνιστικά προς τους συνεταιρισμούς γαλακτοκομικών προϊόντων (πχ. Δωδώνη), πως επέδρασε στη διαμόρφωση των τιμών συγκέντρωσης γάλακτος από τους γαλακτοπαραγωγούς, η επιχείρηση «Ηπειρος». Εξίσου χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα στο εμπόριο με τις αλυσίδες Practiker, Continent κλπ.

Ο Λένιν αναφέρει χαρακτηριστικά: «Δεν έχουμε πια μπροστά μας την πάλη του συναγωνισμού των μικρών και των μεγάλων, των τεχνικά καθυστερημένων και των τεχνικά προοδευμένων επιχειρήσεων. Έχουμε μπροστά μας το πνίξιμο από τους μονοπωλητές εκείνων που δεν υποτάσσονται στα μονοπώλια, στο ζυγό τους, στην αυθαιρεσία τους».

Ο Λένιν σημειώνει ότι ο ελεύθερος ανταγωνισμός γεννά τη συγκέντρωση της παραγωγής, αυτή όμως η συγκέντρωση σε μια ορισμένη βαθμίδα ανάπτυξης την οδηγεί στο μονοπώλιο. Ο μονοπωλιακός καπιταλισμός, λοιπόν, είναι η εποχή που η συγκέντρωση του κεφαλαίου και η κοινωνικοποίηση της παραγωγής φθάνει σε μια τόσο υψηλή βαθμίδα ανάπτυξης ώστε να δημιουργηθούν τα μονοπώλια. Τα μονοπώλια που παίζουν αποφασιστικό ρόλο στην οικονομική ζωή, αποτελούν για το Λένιν το πρώτο και βασικότερο οικονομικό γνώρισμα του ιμπεριαλισμού. Γενικά τα μονοπώλια είναι μεγάλες καπιταλιστικές επιχειρήσεις που κυριαρχούν στην καπιταλιστική παραγωγή και αγορά και τα οποία έχουν σαν βασικό γνώρισμα, σαν βασικό σκοπό της δράσης τους την απόσπαση μονοπωλιακού υπερκέρδους. Σαν μονοπωλιακό υπερκέρδος ορίζεται το κέρδος που ιδιοποιούνται τα μονοπώλια χάρη στην εγκαθίδρυση της κυριαρχίας τους σε

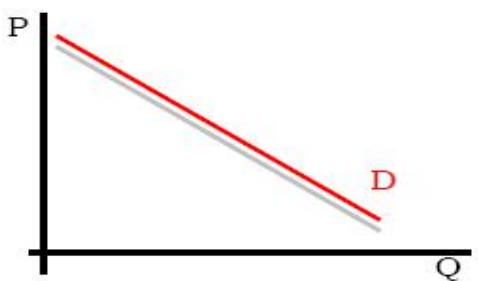

ένα κλάδο ή ένα τομέα της παραγωγής και το οποίο υπερβαίνει σημαντικά το μέσο ποσοστό κέρδους.

Τα μονοπώλια, λόγω της κυριαρχίας τους στην παραγωγή και την αγορά, έχουν την δυνατότητα να καθορίζουν μονοπωλιακά υψηλές ή και μονοπωλιακά χαμηλές τιμές. Ο Μαρξ έχει αναφέρει χαρακτηριστικά: «Η μονοπωλιακή τιμή ορισμένων εμπορευμάτων απλώς μεταφέρει ένα μέρος από το κέρδος άλλων παραγωγών στα εμπορεύματα που πωλούνται σε μονοπωλιακή τιμή».

Η εμφάνιση και εδραίωση του μονοπωλίου δεν καταργεί τον ανταγωνισμό. Ο Λένιν τονίζει σχετικά με αυτό το ζήτημα: «Ταυτόχρονα τα μονοπώλια ξεπηδώντας από τον ελεύθερο ανταγωνισμό, δεν τον καταργούν, μα υπάρχουν πάνω σε αυτόν και δίπλα σε αυτόν, γεννώντας έτσι μια σειρά από εξαιρετικά οξείες και βίαιες αντιθέσεις, προστριβές, συγκρούσεις». ^{16,17}

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Σύγκριση Τέλειου Ανταγωνισμού & Μονοπωλίου

Μονοπώλιο	Ανταγωνισμός
■ Μία επιχείρηση	■ Πολλές επιχειρήσεις
■ Διαμορφωτής τιμών	■ Αποδέκτης τιμών
■ Μειώνει την παραγωγή για να αυξήσει την τιμή	■ Παράγει όσο μπορεί στην δεδομένη τιμή
	

4.1 Βασικές διαφορές μεταξύ μονοπωλίου και ανταγωνιστικής επιχείρησης

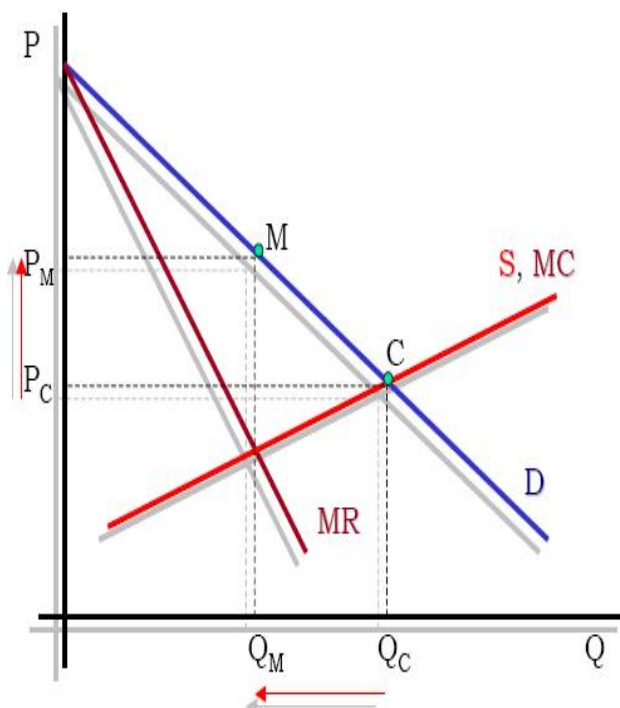
Οι βασικές διαφορές μεταξύ του μονοπωλίου και της ανταγωνιστικής επιχείρησης μπορούν να συνοψισθούν ως ακολούθως:

- Η καμπύλη ζήτησης για το προϊόν της επιχείρησης που λειτουργεί κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού έχει άπειρη ελαστικότητα, ενώ στην περίπτωση του μονοπωλίου αυτή έχει αρνητική κλίση. Έτσι στον πλήρη ανταγωνισμό, η τιμή διαθέσεως του προϊόντος καθορίζεται από τις δυνάμεις της αγοράς και είναι δοσμένη για την επιχείρηση. Στο μονοπώλιο αυτή είναι φθίνουσα συνάρτηση της προσφερόμενης ποσότητας, πράγμα που σημαίνει ότι ο μονοπωλητής μπορεί μέσω αυξομειώσεως της ποσότητας να επηρεάσει την τιμή διάθεσης του προϊόντος του.

- Άμεση συνέπεια των προαναφερθέντων είναι ότι στην ανταγωνιστική αγορά το οριακό έσοδο της επιχείρησης είναι πάντα ίσο με την τιμή διάθεσης του προϊόντος, ενώ στην περίπτωση του μονοπωλίου το οριακό έσοδο είναι πάντα μικρότερο της τιμής . Αποτέλεσμα της διαφοράς αυτής είναι ότι στο σημείο ισορροπίας της ανταγωνιστικής επιχειρήσεως, το οριακό κόστος είναι ίσο με την τιμή, ενώ στο μονοπώλιο η τιμή ισορροπίας είναι πάντα μεγαλύτερη του οριακού κόστους. Αυτό σημαίνει, ότι το κόστος της τελευταίας παραγόμενης μονάδας είναι η χαμηλότερο της τιμής, για την οποία οι καταναλωτές καταβάλλουν για την απόκτηση της. Το μέσο έσοδο και στις δύο περιπτώσεις είναι ίσο με την τιμή.
- Λόγω της αδυναμίας εισόδου νέων επιχειρήσεων στο κλάδο, η μονοπωλιακή επιχείρηση μπορεί και μακροχρόνια να πραγματοποιεί υπέρ κανονικά κέρδη. Αντίθετα, η επιχείρηση που λειτουργεί σε καθεστώς πλήρους ανταγωνισμού μπορεί μόνο βραχυχρόνια να πραγματοποιήσει υπέρ κανονικά κέρδη. Στον πλήρη ανταγωνισμό, μακροχρόνια η τιμή είναι ίση με το ελάχιστο μέσο κόστος παραγωγής, ενώ στο μονοπώλιο, κατά κανόνα, η τιμή στο σημείο ισορροπίας είναι μεγαλύτερη του μακροχρόνιου μέσου κόστους. Αυτό σημαίνει ότι κάτω από τις ίδιες συνθήκες κόστους και στις δύο περιπτώσεις η ποσότητα που προσφέρεται από τον αγοραστικό κλάδο είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη που προσφέρεται από τον μονοπωλητή.
- Στην περίπτωση του μονοπωλίου, ισορροπία της επιχείρησης σημαίνει και ισορροπία του κλάδου, σε αντίθεση με τον πλήρη ανταγωνισμό όπου είναι δυνατόν η μεν επιχείρηση να βρίσκεται σε ισορροπία, ο δε κλάδος να επεκτείνεται ή να φθίνει.
- Στον πλήρη ανταγωνισμό οποιαδήποτε μεταβολή στην τιμή, θα επηρεάσει την ισορροπία της επιχειρήσεως και κατά συνέπεια το επίπεδο παραγωγής της. Αύξηση της τιμής συνεπάγεται αύξηση της παραγόμενης ποσότητας. Με αλλά λόγια υπάρχει συσχέτιση μεταξύ τιμής και παραγόμενης ποσότητας .
Στο μονοπώλιο το ύψος της τιμής δεν προσδιορίζεται αναγκαία στο σημείο ισορροπίας της επιχείρησης, με αποτέλεσμα να γίνεται αδύνατη η κατασκευή της καμπύλης προσφοράς του μονοπωλητή.

- Στην ανταγωνιστική αγορά, μακροχρόνια, όλες οι επιχειρήσεις του κλάδου λειτουργούν στο ελάχιστο σημείο της καμπύλης του μέσου κόστους.

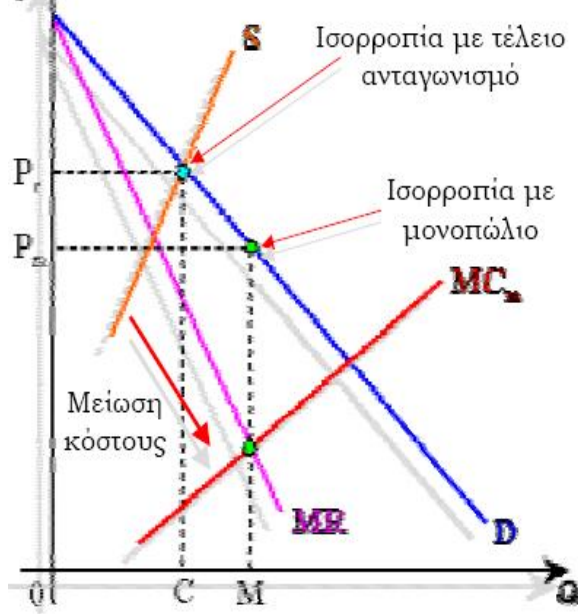
Αντίθετα, η μονοπωλιακή επιχείρηση θα παράγει το ελάχιστο σημείο της μακροχρόνιας καμπύλης του μέσου κόστους μόνον εφόσον οι συνθήκες της αγοράς είναι τέτοιες ώστε η καμπύλη του οριακού εσόδου να τέμνει μακροχρόνια την καμπύλη του μέσου κόστους στο ελάχιστο σημείο της. Συνέπεια των προαναφερθέντων είναι ότι μακροχρόνια στον ανταγωνιστικό κλάδο έχουμε πλήρη χρησιμοποίηση της υπάρχουσας παραγωγικής δυναμικότητας των επιχειρήσεων, στο δε μονοπώλιο είναι δυνατόν να υπάρχει είτε υποαπασχόληση είτε υπέρ απασχόληση των παραγωγικών εγκαταστάσεων της επιχείρησης¹⁸.



- Ο μονοπωλητής μπορεί να πουλάει σε $p > MC$. Επομένως μειώνει την ποσότητα που πουλά έτσι ώστε να μεγαλώνει η διαφορά μεταξύ p και MC .

Πηγή: Αρχές οικονομικής Ανάλυσης, Α Κιντής, Ε Πουρναράκης, Εκδόσεις: Σμπλίας, το Οικονομικό Αθήνας 1993

Τα θετικά στοιχεία του μονοπωλίου



Τα θετικά από την λειτουργία ενός μονοπωλίου μπορούν να προκύψουν εάν υπάρχουν οικονομίες κλίμακας που μπορεί να εκμεταλλευτεί το μονοπώλιο, ή εάν γίνουν σημαντικές επενδύσεις σε έρευνα που να οδηγήσει στη μείωση του κόστους

Πηγή: Αρχές οικονομικής Ανάλυσης, Α Κιντής, Ε Πουρναράκης, Εκδόσεις: Σμπλίας, το Οικονομικό Αθήνας 1993

4.2 Μονοπώλιο, Πλήρης ανταγωνισμός & κοινωνική ευημερία

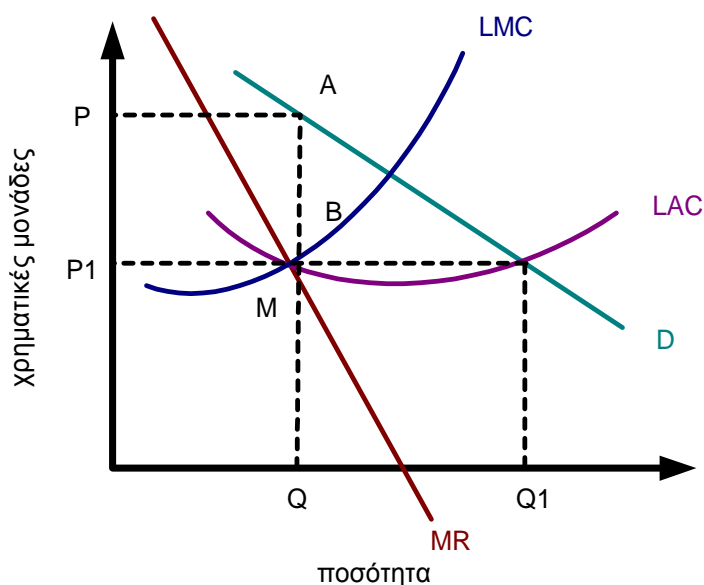
Στον ανταγωνιστικό κλάδο, μακροχρόνια επιχειρήσεις λειτουργούν στο ελάχιστο σημείο της καμπύλης του μέσου κόστους, η δε τιμή του προϊόντος είναι ίση τόσο με το μέσο όσο και με το οριακό κόστος. Αυτό σημαίνει ότι με δεδομένες τις τεχνολογικές συνθήκες της παραγωγής, η ποσότητα που προσφέρεται στην αγορά από τον ανταγωνιστικό κλάδο για την κάλυψη των αναγκών της κοινωνίας θα είναι η μέγιστη δυνατή. Επίσης η θυσία που καταβάλλει η κοινωνία (δαπάνη για απόκτηση του αγαθού) είναι ίση με το κόστος που καταβάλλουν οι επιχειρήσεις για την παραγωγή του συγκεκριμένου αγαθού (στο κόστος περιλαμβάνεται και το κανονικό κέρδος).

Στην περίπτωση του μονοπωλίου η επιχείρηση, κατά κανόνα, δεν λειτουργεί στο ελάχιστο σημείο της καμπύλης του μακροχρόνιου μέσου κόστους.

Πιο σημαντικό είναι το γεγονός ότι η τιμή του προϊόντος είναι μεγαλύτερη του μέσου κόστους, με αποτέλεσμα τον περιορισμό της προσφερόμενης ποσότητας και την καταβολή, από την κοινωνία για το προϊόν, μεγαλύτερης δαπάνης από το κόστος παραγωγής του.

Έτσι στην περίπτωση του μονοπωλίου η κοινωνία υφίσταται διπλή ζημία. Πρώτον, οι ποσότητες του αγαθού που διατίθενται είναι μικρότερες από αυτές που θα

ήταν κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού και δεύτερον, η θυσία που καταβάλλει η κοινωνία είναι μεγαλύτερη από αυτή που απαιτείται για την παραγωγή του αγαθού. Αυτά θα γίνουν περισσότερο κατανοητά με τη βοήθεια του ακόλουθου διαγράμματος:



Στο διάγραμμα η μονοπωλιακή επιχείρηση μακροχρόνια ισορροπεί στο σημείο M, όπου $LMC = MR$. Η ποσότητα που προσφέρεται στην αγορά είναι Q, η δε τιμή διαθέσεως είναι P.

Κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού, η μακροχρόνια ισορροπία του εξεταζόμενου κλάδου επιτυγχάνεται στο σημείο, όπου η τιμή είναι ίση με το μακροχρόνιο μέσο κόστος. Έτσι στον πλήρη ανταγωνισμό η μεν τιμή διαθέσεως του προϊόντος είναι P1, η δε ποσότητα που προσφέρεται στην αγορά είναι $Q1 > Q$. Ακόμα το μονοπώλιο πραγματοποιεί υπέρ κανονικά κέρδη ίσο με εμβαδόν του ορθογώνιου PABP1, ενώ στον πλήρη ανταγωνισμό, λόγω του ότι $P1 = LAC$, δεν υπάρχουν υπέρ κανονικά κέρδη. Τέλος επειδή στον πλήρη ανταγωνισμό παράγεται μεγαλύτερη ποσότητα, έχουμε καλύτερη αξιοποίηση των παραγωγικών πόρων της κοινωνίας.

Από την ανάλυση που προηγήθηκε έγινε φανερό ότι το μονοπώλιο οδηγεί σε περιορισμό της κοινωνικής ευημερίας. Το συμπέρασμα όμως αυτό δεν είναι πλήρως θεμελιωμένο. Για την αξιολόγηση της σχετικής ανάλυσης είναι αναγκαίο να γίνει ρητή διατύπωση των υποθέσεων πάνω στις οποίες στηρίζεται η σχετική σύγκριση μεταξύ των δύο μορφών αγοράς.

Οι υποθέσεις για τις οποίες γίνεται δυνατή η σύγκριση μεταξύ μονοπωλίου και πλήρους ανταγωνισμού είναι:

- Η αγοραία καμπύλη ζήτησης για το προϊόν είναι η ίδια ανεξάρτητα από την μορφή του κλάδου (δηλαδή μονοπώλιο ή πλήρης ανταγωνισμός).
- Οι δύο κλάδοι προμηθεύονται όλους τους παραγωγικούς συντελεστές που χρησιμοποιούν κάτω από τις ίδιες συνθήκες.
- Τόσο το μονοπώλιο όσο και ο πλήρης ανταγωνιστικός κλάδος χρησιμοποιούν την ίδια τεχνολογία.
- Δεν υπάρχουν οικονομικές κλίμακες παραγωγής .

Όσον αφορά την πρώτη υπόθεση, φαίνεται λογικό να δεχτούμε ότι η καμπύλη ζήτησης για το προϊόν δεν επηρεάζεται από την ανταγωνιστική ή μη μορφή του κλάδου. Οι τιμές των συντελεστών παραγωγής όμως, είναι πιθανό να είναι διαφορετικές για κλάδους που λειτουργούν σε διαφορετικό καθεστώς αγοράς. Ειδικότερα, το μονοπώλιο είναι δυνατόν, για διάφορους λόγους, να επιτυγχάνει χαμηλότερες τιμές συντελεστών παραγωγής σε σύγκριση με την επιχειρήσεις που λειτουργούν κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα το μονοπώλιο να έχει καλύτερες καμπύλες κόστους. Παρόλα αυτά, η διαφορά στις τιμές των συντελεστών της παραγωγής είναι πολύ πιθανό να είναι μικρή και έτσι οι διαφορές στις καμπύλες κόστους των κλάδων που λειτουργούν κάτω από διαφορετικό καθεστώς δεν αναμένεται να είναι πολύ μεγάλες.

Παρά το γεγονός ότι η μη αυστηρή επαλήθευση των δύο πρώτων υποθέσεων είναι πολύ πιθανό να μην συνεπάγεται αξιοσημείωτες διαφορές στις καμπύλες του κόστους των δύο κλάδων, εν τούτοις, οι δύο τελευταίες υποθέσεις είναι πολύ περιοριστικές, με την έννοια ότι σπάνια ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Το μονοπώλιο έχει όλες τις προϋποθέσεις και τα κίνητρα να προβεί σε επιστημονική έρευνα, με σκοπό την βελτίωση των μεθόδων παραγωγής και της ποιότητας του προϊόντος. Η διεθνής εμπορία δείχνει, ότι το μονοπώλιο ευκολότερα αποδύεται στην περιπέτεια των ανακαλύψεων, σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που λειτουργούν κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού. Αυτό δικαιολογείται αφ' ενός λόγω της μεγάλης οικονομικής επιφάνειας του μονοπωλίου και αφ' ετέρου από το γεγονός ότι μια βελτίωση της τεχνολογίας της παραγωγής ή της ποιότητας του προϊόντος συνεπάγεται πολύ μεγαλύτερη ωφέλεια για την μονοπωλιακή παρά για την ανταγωνιστική επιχείρηση.

Από όλες τις παραπάνω υποθέσεις περισσότερο περιοριστική φαίνεται να είναι η υπόθεση της μη ύπαρξης οικονομικών κλίμακας παραγωγής.

Από τη καθημερινή εμπειρία προκύπτει, ότι στους περισσότερους οικονομικούς κλάδους, ιδίως στον τομέα της βιομηχανίας, υπάρχουν μεγάλες οικονομίες κλίμακας παραγωγής με συνέπεια την δημιουργία μονοπωλιακών ή ολιγοπωλιακών καταστάσεων.

Η ύπαρξη οικονομιών κλίμακας έχει σαν αποτέλεσμα την σημαντική μείωση του μέσου κόστους σε υψηλά επίπεδα παραγωγής. Ο κατακερματισμός της συνολικής παραγωγής σε πολυάριθμες επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, θα έχει σαν συνέπεια της αύξησης του μέσου κόστους των επιχειρήσεων. Από αυτά συνάγεται ότι το μονοπώλιο είναι πολύ πιθανό να έχει αισθητά καλύτερες καμπύλες κόστους σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις του ανταγωνιστικού κλάδου. Αν αυτό αληθεύει, τότε το προηγούμενο συμπέρασμα, ότι δηλαδή το μονοπώλιο οδηγεί σε μείωση της κοινωνικής ευημερίας, τίθεται σε σοβαρή αμφισβήτηση.

Από την μέχρι τώρα ανάλυση προκύπτει το συμπέρασμα, ότι η σύγκριση μεταξύ μονοπωλιακής επιχείρησης και ανταγωνιστικού κλάδου είναι δυνατή μόνο με την προϋπόθεση ότι οι καμπύλες κόστους και στις δύο περιπτώσεις είναι ακριβώς οι ίδιες. Αντίθετα, αν το μονοπώλιο συμβαίνει να έχει καλύτερες καμπύλες κόστους σε σύγκριση με τον κλάδο που λειτουργεί κάτω από συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού, είναι πολύ πιθανόν η ύπαρξη του μονοπωλίου να είναι σαν αποτέλεσμα όχι του περιορισμού, αλλά την αύξηση της κοινωνικής ευημερίας¹⁸.

4.3 Κέρδος, Πλήρης Ανταγωνισμός και Μονοπώλιο

Αν απεικονίσουμε τη δυνατότητα κερδών κάθε μορφής αγοράς σε έναν άξονα με αύξουσα σειρά, τότε προκύπτει ότι πρώτη έρχεται η πλήρως ανταγωνιστική αγορά με μηδενικά κέρδη, ακολουθεί η ολιγοπωλιακή αγορά με σημαντικά κέρδη και τέλος η μονοπωλιακή αγορά είναι αυτή που απολαμβάνει τα μεγαλύτερα δυνατά κέρδη.

Οι βασικές διαπιστώσεις που μπορούν να γίνουν για τον παραπάνω άξονα και με δεδομένο ότι οι επιχειρήσεις επιδιώκουν πάντα τη μεγιστοποίηση των κερδών τους παρουσιάζονται παρακάτω:

1. Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε μια πλήρως ανταγωνιστική αγορά έχουν πάντα όφελος (δημιουργία κερδών) από τη μετάβασή τους σε μια από τις άλλες δύο μορφές αγοράς.
2. Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε μονοπωλιακό πλαίσιο προσπαθούν να διατηρήσουν τη θέση τους είτε γιατί οι ανάγκες των καταναλωτών απαιτούν βελτίωση του προϊόντος είτε γιατί η βελτίωση του προϊόντος αποτρέπει την είσοδο άλλων επιχειρήσεων στην αγορά. Με άλλα λόγια οι μονοπωλιακές

επιχειρήσεις δεν αφήνουν χώρο για καινοτομίες στις επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν στην αγορά τους (Dasgupta και Stiglitz 1981).

Οι παραπάνω διαπιστώσεις προσδιορίζουν τη δυναμική της κίνησης των επιχειρήσεων στην αγορά και ορίζουν ένα πεδίο για την ανάλυση της μετάβασης από τη μια μορφή αγοράς στην άλλη¹⁹.

4.4 Ο αντίκτυπος του ανταγωνισμού στην εταιρική απόδοση

Σκεφτόμαστε συχνά την ανταγωνιστική περιοχή, ή τον ανταγωνισμό, ως πρώτιστο οικονομικό παράγοντα στο περιβάλλον μιας οργάνωσης. Πράγματι, ο ανταγωνισμός είναι μια ισχυρή επιρροή στην οικονομική δραστηριότητα μιας οργάνωσης και επηρεάζει τους διευθυντές για να λάβουν τις οικονομικές αποφάσεις (π.χ., η τιμή στο σύνολο για ένα προϊόν). Εντούτοις, ο ανταγωνισμός πρέπει να εξεταστεί πέρα από τις οικονομικές επιπτώσεις του.

Οι οργανώσεις μπορούν να βρεθούν αντιμέτωπες με μια ευρεία ποικιλία ανταγωνιστικών όρων στο περιβάλλον τους. Μερικές μεγάλες οργανώσεις ανταγωνίζονται μόνο με τις μικρές οργανώσεις, δίνοντας τους συχνά το πλεονέκτημα στην τιμολόγηση των προϊόντων τους. Άλλοι ανταγωνιστικοί όροι προκύπτουν από τα διαφορετικά μίγματα στις στρατηγικές που οι ανταγωνιστές ακολουθούν. Παραδείγματος χάριν, μια εταιρία που παράγει 40 ποικιλίες σούπας μπορεί να πρέπει να ανταγωνιστεί με τις εταιρίες που παράγουν επίσης πολλές ποικιλίες σούπας καθώς επίσης και των εταιριών που παράγουν μόνο μερικές ποικιλίες. Ο ανταγωνισμός για τις πωλήσεις της σούπας μπορεί επίσης να διαφέρει στους τομείς της συσκευασίας, της μορφής του προϊόντος ή των ποικιλιών της κουζίνας (ασιατική, ευρωπαϊκή, ισπανική).

Ένα μονοπώλιο υπάρχει όταν μόνο μια οργάνωση έχει πρόσβαση στην αγορά για τα αγαθά και τις υπηρεσίες της. Σε μια μονοπωλιακή κατάσταση, οι ανταγωνιστές είτε έχουν περιοριστεί από την πρόσβαση στους πελάτες είτε έχουν επιλέξει εθελοντικά να μην ανταγωνιστούν στην αγορά. Οι περιορισμοί στις αγορές μπορούν να εμφανιστούν όταν χορηγούν οι ρυθμιστικές αντιπροσωπείες ή οι κυβερνήσεις σε μια ενιαία οργάνωση το δικαίωμα να παρέχουν ένα αγαθό ή μια υπηρεσία στην αγορά. Οι επιχειρήσεις χρησιμότητας είναι η πιο κοινή μορφή οργάνωσης που λειτουργεί υπό τους μονοπωλιακούς όρους. Εντούτοις, πολλές κυβερνητικές αντιπροσωπείες, όπως τα τμήματα αστυνομίας, οι υπηρεσίες υγιεινής, τα δημόσια σχολεία, και οι υπηρεσίες

μεταφορών, λειτουργούν επίσης υπό τους μονοπωλιακούς όρους που περιορίζονται εσκεμμένα από τις νομικές κυρώσεις. Τα μονοπώλια μπορούν επίσης να υπάρξουν όπου οι ανταγωνιστές έχουν επιλέξει να μην ανταγωνιστούν με μια ενιαία εταιρία που αναπτύσσει δραστηριότητες στην αγορά. Οι καθημερινές εφημερίδες σε πολλές κωμοπόλεις και πόλεις είναι παραδείγματα.

Ο τέλειος ανταγωνισμός υπάρχει όπου πολλές οργανώσεις προσφέρουν ουσιαστικά το ίδιο αγαθό ή την υπηρεσία. Η τιμή γίνεται ο αρχικός διευκρινιστής για τον πελάτη, ο οποίος πρέπει να έχει την πλήρη γνώση των διαφορών στις τιμές και θέλει να αγοράσει το αγαθό ή την υπηρεσία στη χαμηλότερη διαθέσιμη τιμή. Ενώ ο τέλειος ανταγωνισμός είναι σπάνιος στους περισσότερους βιομηχανικούς τομείς, μερικοί τομείς έρχονται κοντά στην ικανοποίηση των όρων του τέλειου ανταγωνισμού. Οι αγορές για πολλά γεωργικά προϊόντα, όπως ο σίτος, λειτουργούν σε μια δομή που μοιάζει πολύ με τον τέλειο ανταγωνισμό. Τα προϊόντα ενός αγρότη είναι ουσιαστικά όπως τα προϊόντα οποιουδήποτε άλλου αγρότη. Εάν ένας αγρότης επιλέγει να απαιτήσει μια υψηλότερη τιμή του σίτου από αυτήν των άλλων αγροτών, οι αγοραστές πιθανώς δεν θα επέλεγαν να αγοράσουν τον ακριβότερο σίτο.^{20,21}

Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα της κάθε επιχείρησης (έσοδα, κέρδος) γενικά εξαρτώνται τόσο από τις αποφάσεις της ίδιας της επιχείρησης όσο και από τις αποφάσεις των ανταγωνιστών της. Για παράδειγμα, τα έσοδα μιας επιχείρησης μπορεί να επηρεασθούν είτε γιατί αυτή μεταβάλλει την τιμή της είτε γιατί οι ανταγωνιστές της μεταβάλλουν, εκείνοι, την τιμή τους.

Αν ο αριθμός των επιχειρήσεων είναι **αρκετά μεγάλος** ώστε κάθε επιχείρηση να μην επηρεάζεται αισθητά από τις αποφάσεις των ανταγωνιστών της, τότε βρισκόμαστε σε καθεστώς **τέλειου ανταγωνισμού**.

Αν ο αριθμός των επιχειρήσεων είναι **αρκετά μικρός** ώστε κάθε επιχείρηση να επηρεάζεται αισθητά από τις αποφάσεις των ανταγωνιστών της, τότε βρισκόμαστε σε καθεστώς **ολιγοπωλίου**.

Αν **μια** επιχείρηση παράγει προϊόν του οποίου δεν υπάρχει κοντινό υποκατάστατο, τότε βρισκόμαστε σε καθεστώς **μονοπωλίου**.

Η επιχείρηση που λειτουργεί κάτω από καθεστώς τέλειου ανταγωνισμού βρίσκεται σε βραχυχρόνια ισορροπία, δηλαδή μεγιστοποιεί τα κέρδη της ή ελαχιστοποιεί τις ζημιές της, όταν παράγει επίπεδο προϊόντος που αντιστοιχεί στο σημείο που το οριακό κόστος ισούται με το οριακό έσοδο που συμπίπτει με τη δεδομένη και σταθερή τιμή του αγαθού. Όταν η τιμή πέσει κάτω από το μέσω μεταβλητό κόστος η επιχείρηση πρέπει να σταματήσει τη λειτουργία της.

Βραχυχρόνια, κάθε αύξηση του σταθερού κόστους των επιχειρήσεων ενός κλάδου μεταβάλλει το σημείο ισορροπίας του, με αποτέλεσμα να ελαττωθεί η παραγωγή, να αυξηθεί η τιμή και να μειωθεί ο αριθμός των επιχειρήσεων του κλάδου. Η αύξηση του μεταβλητού κόστους επιφέρει τα ίδια αποτελέσματα με τη διαφορά ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων παραμένει αμετάβλητος.

Ένας τέλειος ανταγωνιστικός κλάδος βρίσκεται σε μακροχρόνια ισορροπία, δηλαδή παράγουν το άριστο επίπεδο προϊόντος.

Στις σύγχρονες οικονομίες δύσκολα μπορεί να βρει κανείς παραγωγικούς κλάδους που η λειτουργία τους να προσεγγίζει τη λειτουργία του πλήρους ανταγωνισμού, τέτοιοι κλάδοι είναι οι αγορές γεωργικών προϊόντων και οι χρηματιστηριακές αγορές διαφόρων τίτλων, όπως ομολογιών και μετοχών.

Το επίπεδο ισορροπίας βραχυχρόνια για τον μονοπωλητή βρίσκεται στο σημείο που το οριακό έσοδο ισούται με το οριακό κόστος. Στο επίπεδο αυτό της παραγωγής η τιμή υπερβαίνει το οριακό κόστος. Συγκεκριμένα ο μονοπωλητής καθορίζει μια τιμή που είναι ένα πολλαπλάσιο του οριακού κόστους. Το μέγεθος του πολλαπλασίου εξαρτάται από την ελαστικότητα. Εξάλλου το επίπεδο των κερδών του μονοπωλητή εξαρτάται από τη σχέση τιμών και μέσου κόστους.

Ο μονοπωλητής μπορεί να αυξήσει τα κέρδη του εφαρμόζοντας διαφορισμό τιμών, δηλαδή καθορίζοντας διαφορετικές τιμές για κάθε χωριστή αγορά. Οι τιμές θα είναι μεγαλύτερες στις αγορές στις οποίες η ζήτηση είναι σχετικά λιγότερο ελαστική. Η δυνατότητα του μονοπωλητή για να ασκήσει διαφορισμό τιμών εξαρτάται από το εάν η αγορά μπορεί να διαιρεθεί σε επιμέρους αγορές με διαφορετικές ελαστικότητες ζήτησης

Μακροχρόνια ο μονοπωλητής θα παράγει και θα πωλήσει ποσότητα που αντιστοιχεί στο σημείο που το μακροχρόνιο οριακό κόστος ισούται με το οριακό έσοδο.

Στο μονοπώλιο σε σχέση με τον τέλει ανταγωνισμό παρατηρούμε ότι υπάρχει αφενός μεν μεταφορά πόρων από τον καταναλωτή στην επιχείρηση αφετέρου δε απώλειες αποτελεσματικής χρήσης των πόρων, που μειώνουν την κοινωνική ευημερία. Αυτές ισούνται με το άθροισμα των απωλειών του καταναλωτή και της επιχειρήσεως και οφείλονται στη μείωση της παραγόμενης και καταναλισκόμενης ποσότητας.

Το κράτος συνήθως ελέγχει τα φυσικά μονοπώλια καθορίζοντας την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσουν.

Προκειμένου το μονοπώλιο να εισπράξει το πλεόνασμα των καταναλωτών, επιδιώκει:

- Να αποκτήσει πληροφορία σχετικά με τη θέληση πληρωμής κάθε καταναλωτή
- Να προσφέρει κατά το δυνατόν εξατομικευμένα πακέτα τιμής και ποσότητας
- Ανάλογα με τους ρυθμιστικούς περιορισμούς να καθορίσει κατηγορίες τιμολογίων ή κατηγορίες καταναλωτών έτσι ώστε να μεγιστοποιήσει το κέρδος του
- Να εισάγει πάγιο τίμημα στα τιμολόγια ενώ το μεταβλητό τίμημα αντανakλά το μεταβλητό κόστος παραγωγής
- Να διαφοροποιήσει την ποιότητα ανάλογα με τη θέληση πληρωμής όταν δεν μπορεί να διαφοροποιήσει τις τιμές

- Να πακετάρει σε ενιαίες προσφορές τα διαφοροποιημένα προϊόντα ή παραλλαγές τους ώστε να ελαχιστοποιήσει τη διασπορά της θέλησης για πληρωμή των καταναλωτών για τις διάφορες παραλλαγές του προϊόντος.

Η ρύθμιση του μονοπωλίου επιδιώκει τους κάτωθι στόχους ταυτόχρονα:

- Το μονοπώλιο να ανακτά το μέσο κόστος και να μην εισπράττει πέραν του μέσου κόστους, όταν το οριακό κόστος είναι μικρότερο του ελάχιστου μέσου κόστους αλλιώς να τιμολογεί στο ελάχιστο μέσο κόστος
- Να μεγιστοποιείται το κοινωνικό πλεόνασμα, δηλαδή να εξυπηρετούνται όλοι οι καταναλωτές με θέληση για πληρωμή που είναι μεγαλύτερη ή ίση του οριακού κόστους
- Τα έσοδα του μονοπωλίου επιπλέον του οριακού κόστους να κατανέμονται στους καταναλωτές κατά το δυνατόν ανάλογα με τη θέλησή τους για πληρωμή
- Να μην γίνονται εξατομικευμένες τιμολογιακές διακρίσεις

Στην Ελλάδα πιο συνηθισμένη είναι η περίπτωση των κρατικών μονοπωλίων, δηλαδή επιχειρήσεων που αποτελούν περιουσία του δημοσίου, όπως η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού, η Δημόσια Επιχείρηση Πετρελαίου, τα Ελληνικά Ταχυδρομεία κ.α. Η τιμολογιακή πολιτική των κρατικών μονοπωλίων εξαρτάται από τη φύση του προϊόντος και από τον αντικειμενικό σκοπό της επιχειρήσεως. Η εξαφάνιση του κινήτρου της μεγιστοποίησης των κερδών αποτελεί το βασικό χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί το κρατικό από το κοινό μονοπώλιο. Όπως τα ιδιωτικά έτσι και τα κρατικά μονοπώλια κάνουν διαφορισμό τιμών. Το κίνητρο όμως δεν είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά κάποιος άλλος αντικειμενικός σκοπός, για παράδειγμα η ΔΕΗ για το ρεύμα καταναλωτικής φύσεως έχει τη νυχτερινή και την ημερήσια τιμή, όπου η νυχτερινή είναι και η πιο φθηνή, με σκοπό να μειώσει την κατανάλωση την ημέρα και να την αυξήσει τη νύχτα, γιατί έτσι το κόστος της συνολικής παραγωγής είναι χαμηλότερο.

Στις μονοπωλιακές αγορές ο ρυθμός τεχνολογικής εξέλιξης είναι ταχύς γιατί η μονοπωλιακή επιχείρηση έχοντας εξαφανίσει τον ανταγωνισμό, έχει ταυτόχρονα εξασφαλίσει και τα κέρδη που θα προκύψουν από την τεχνολογική εξέλιξη, η οποία θα μειώσει το κόστος παραγωγής. Εν αντιθέσει, υποστηρίζεται ότι εφόσον το κέρδος της μονοπωλιακής επιχείρησης είναι εξασφαλισμένο, δεν έχει κίνητρο να μειώσει το κόστος της με την ανάπτυξη νέων τεχνολογικών μεθόδων. Λοιπόν δεν είναι φανερό αν το μονοπώλιο πραγματικά επιδιώκει την τεχνολογική εξέλιξη των μεθόδων παραγωγής,

αφού η τεχνολογική εξέλιξη σημαίνει σημαντικές δαπάνες για την επιχείρηση, αφιερωμένες στην επιστημονική έρευνα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Πτυχιακή: Μορφές Οργάνωσης της Αγοράς Γεωργία Λαγκαδινού
2. www.live-pedia.gr
3. www.aueb.gr
4. eis.pspa.uoa.gr
5. users.uom.gr
6. www.cresse.info
7. Μικροοικονομική Θεωρία Β΄, Ε.Δρακάκης, Γ.Μπήτρος, Ν.Μπαλτάς, Εκδόσεις : Αθαν.Σταμούλης 1994
8. Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία, Θ.Γεωργακόπουλου, Θ.Λιανού, Θ.Μπένου, Γ.Τσεκούρα, Μ.Χατζηπροκοπίου, Γ.Χρήστου, Εκδόσεις : Γ.Μπένου
9. Βασική Οικονομία, Γ.Περάκης, Εκδόσεις : NUBIS 1995
- 10.Βιομηχανική Οργάνωση, Luis Cabral, Εκδόσεις : Κριτική 2003
- 11.Οικονομική της Εργασίας, Θ.Λιανού, Α.Νταούλη-Ντεμούση, Εκδόσεις : Ε.Μπένου
- 12.el.wikipedia.org
- 13.users.auth.gr
- 14.grad.teikoζ.gr
- 15.Θεωρίες περί Μονοπωλίου και Διοπωλίου, Antoine Augustin Cournot

16.sup.kathimerini.gr

17.Ελληνικός Κοινωνικός σχηματισμός: από τον επεκτατισμό στην
καπιταλιστική ανάπτυξη, Γιάννης Μίλιος, Εκδόσεις: Εξάντας 1988

18.Μικροοικονομική Θεωρία², Ζαχαριάδου Σούρα, Δ.Ζερβάκη,
Ε.Παπαζήσης, Εκδόσεις : Παπαζήσης 1985

19.eos.uom.gr

20.www.en.articlesgratuits.com

21.Βασική Οικονομία, Γ.Περάκης, Εκδόσεις : NUBIS 1995

22.Δημόσια Οικονομική Οικονομική του Δημοσίου τομέα, John F.Due,
Ann F.Friedlaender Gutenberg