

ΕΝΟΤΗΤΑ 6

ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΟΡΑΣ

1. Εισαγωγή

- Σε προηγούμενο κεφάλαιο γνωρίσαμε την έννοια της αγοράς. Υπάρχουν διάφορα κριτήρια με τα οποία διακρίνουμε τις μορφές της. Ένα κριτήριο είναι το είδος του εμπορεύματος που διακινείται. Για παράδειγμα έχουμε αγορά τροφίμων, αγορά ποτών, αγορά ετοιμών ενδυμάτων, αγορά συναλλάγματος κτλ. Ένα άλλο είναι ο βαθμός ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων ενός κλάδου, πού εξαρτάται από τον αριθμό των επιχειρήσεων και από την ομοιογένεια του προϊόντος που παράγουν και διαθέτουν. Με βάση το κριτήριο αυτό οι μορφές αγοράς που εξετάζονται σ' αυτό το κεφάλαιο είναι: Ο πλήρης (ή τέλειος) ανταγωνισμός, το μονοπώλιο, το ολιγοπώλιο και ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός. Κάθε επιχείρηση, ανάλογα με τη μορφή αγοράς στην οποία ανήκει το προϊόν που παράγει, διαμορφώνει και αντίστοιχη συμπεριφορά σχετικά με: (i) Την ποσότητα του προϊόντος που θα παράγει, (ii) την τιμή στην οποία θα προσφέρει την ποσότητα αυτή και (iii) τις άλλες ενέργειες που θα κάνει για να αυξήσει το κέρδος της. Επισημαίνεται ότι πάντα αναφερόμαστε σε μια ιδεατή επιχείρηση που, ενώ έχει διαφορές με όλες τις πραγματικές επιχειρήσεις, συνδυάζει όλα τα κοινά τους στοιχεία και έτσι γίνεται η αντιπροσωπευτική του κλάδου.



2. Πλήρης (ή τέλειος) ανταγωνισμός

- Η αγορά ενός προϊόντος θεωρείται πλήρως ανταγωνιστική, όταν έχει τα εξής χαρακτηριστικά:
 - α. Υπάρχει μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που παράγουν το προϊόν.
 - β. Το προϊόν όλων των επιχειρήσεων είναι ομοιογενές.
 - γ. Υπάρχει ελευθερία εισόδου και εξόδου των επιχειρήσεων στον κλάδο παραγωγής

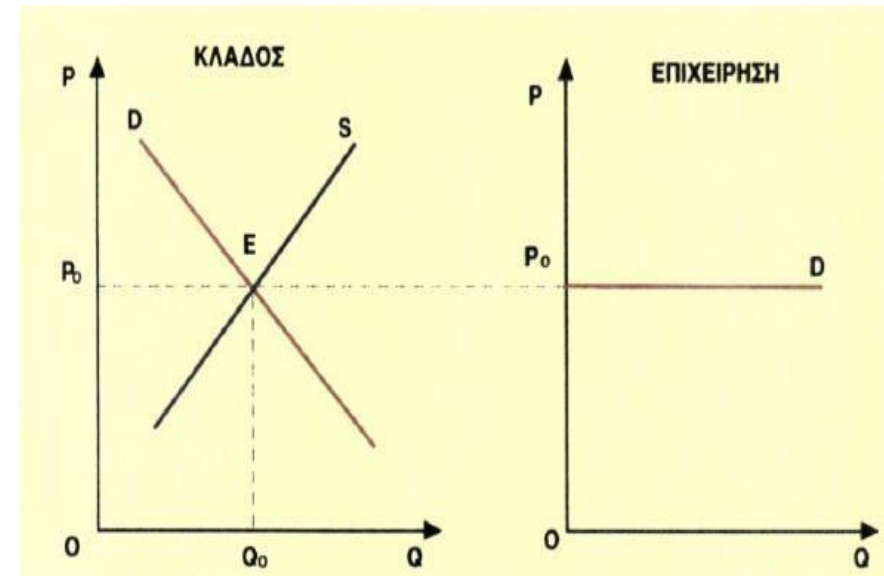
Ας δούμε πιο αναλυτικά τη σημασία αυτών των χαρακτηριστικών.

- α) Όταν λέμε μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που παράγουν το προϊόν, εννοούμε ότι η κάθε μια επιχείρηση χωριστά δεν μπορεί με τις ενέργειές της να επηρεάσει την τιμή του προϊόντος. Η τιμή του προϊόντος καθορίζεται στην αγορά από τις δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης και είναι δεδομένη για την επιχείρηση. Ο βασικός λόγος που ισχύει αυτό είναι ότι η ποσότητα προϊόντος που παράγει κάθε επιχείρηση είναι ένα ελάχιστο μέρος της συνολικής παραγωγής και προσφοράς όλων των επιχειρήσεων του κλάδου. Επομένως αύξηση ή μείωση της προσφοράς από έναν παραγωγό δεν έχει καμιά ουσιαστική επίδραση στην αγοραία προσφορά του προϊόντος και δεν μεταβάλλει την τιμή του. Επίσης δε συμφέρει τον μεμονωμένο παραγωγό να διαθέτει το προϊόν του σε τιμή διαφορετική από την τιμή που έχει διαμορφωθεί στην αγορά γιατί, αν προσφέρει σε μεγαλύτερη τιμή, οι αγοραστές μπορούν να βρουν το ίδιο προϊόν φτηνότερο στην αγορά, ενώ, αν το προσφέρει σε μικρότερη τιμή, θα μειωθούν τα έσοδά του

Στον πλήρη ανταγωνισμό για κάθε επιχείρηση χωριστά η τιμή είναι δεδομένη και αυτή που προσδιορίζεται στην αγορά από τις δυνάμεις προσφοράς και ζήτησης.

β) Το προϊόν που προσφέρεται από όλες τις επιχειρήσεις είναι ομοιογενές. Οι καταναλωτές θεωρούν ότι όλες οι παραγόμενες και προσφερόμενες μονάδες προϊόντος από τις επιχειρήσεις του κλάδου είναι ίδιες.

γ) Είναι ελεύθερη η είσοδος και η έξοδος των επιχειρήσεων στον κλάδο παραγωγής του προϊόντος. Αυτό σημαίνει εξασφάλιση του ανταγωνισμού, μεταβολές στην αγοραία προσφορά και, συνεπώς, στην τιμή του προϊόντος και τα κέρδη των επιχειρήσεων. Όταν ένας κλάδος παραγωγής εμφανίζει μεγάλα κέρδη, τότε και νέες επιχειρήσεις μπορούν να παράγουν το προϊόν, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η αγοραία προσφορά και να μειώνεται η τιμή του. Αντίθετα, όταν σε ένα κλάδο υπάρχουν ζημιές, κάποιες επιχειρήσεις σταματούν την παραγωγή του προϊόντος, με αποτέλεσμα να μειώνεται η προσφορά και να αυξάνεται η τιμή του.



3. Έσοδα, Κόστος και Ισορροπία της Επιχείρησης στον πλήρη ανταγωνισμό

- (i) Έσοδα της επιχείρησης
- Συνολικά έσοδα (total revenue) μιας επιχείρησης είναι οι συνολικές εισπράξεις της από την πώληση ορισμένης ποσότητας ενός προϊόντος. Το συνολικό έσοδο (TR) υπολογίζεται από το γινόμενο της τιμής (P) επί την ποσότητα (Q):
- **$TR = P \cdot Q$ (1)**
- Η παραπάνω συνάρτηση μπορεί να παρασταθεί γραφικά. Εφόσον στον **τέλειο ανταγωνισμό** η τιμή είναι δεδομένη για την επιχείρηση, το συνολικό έσοδο εξαρτάται μόνον από την πωλούμενη ποσότητα (Q). Επομένως, η συνάρτηση (1) είναι ευθεία γραμμή και διέρχεται από την αρχή των αξόνων

- 
- Αν διαιρέσουμε το συνολικό έσοδο με την πωλούμενη ποσότητα, βρίσκουμε το μέσο έσοδο (AR) (average revenue), δηλαδή το έσοδο ανά μονάδα προϊόντος που πωλ
$$AR = \frac{TR}{Q} \quad (2)$$

Το επιπλέον έσοδο από την πώληση μιας επιπλέον μονάδας προϊόντος ονομάζεται οριακό έσοδο (marginal revenue ή MR) και υπολογίζεται από το λόγο της μεταβολής του συνολικού εσόδου προς τη μεταβολή της πωλούμενης ποσότητας:

$$MR = \frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q} \quad (2)$$

- 
- (ii) Το κόστος της επιχείρησης
 - Συνολικό κόστος της επιχείρησης που παράγει ένα προϊόν είναι όλα τα έξοδα που κάνει η επιχείρηση για την παραγωγή του. Στο συνολικό κόστος συμπεριλαμβάνονται όλες οι δαπάνες για την πληρωμή των παραγωγικών συντελεστών που μετέχουν στην παραγωγή, ακόμη και εκείνων που ανήκουν στην επιχείρηση ή στον επιχειρηματία. Για παράδειγμα, το συνολικό κόστος του παραγωγού ντομάτας περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες για σπόρο, λιπάσματα, νερό, φυτοφάρμακα, αμοιβές εργατών κτλ καθώς επίσης τις δαπάνες για τη φθορά των μηχανημάτων, που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή, το ενοίκιο της γης, έστω κι αν αυτή ανήκει στον παραγωγό, και επιπλέον την αμοιβή της εργασίας του ίδιου του παραγωγού. Το ενοίκιο της γης και η αμοιβή για την εργασία του ίδιου του παραγωγού περιλαμβάνονται στο κόστος, επειδή ο ιδιοκτήτης θα μπορούσε να νοικιάζει τη γη του και να εισπράττει ενοίκιο, αν δεν τη χρησιμοποιούσε ο ίδιος για παραγωγή, καθώς και να εισπράττει αμοιβή εργαζόμενος αλλού.

- 
- (iii) Οικονομικό αποτέλεσμα και θέση ισορροπίας της επιχείρησης
 - Με τον όρο οικονομικό αποτέλεσμα της επιχείρησης εννοούμε το κέρδος ή τη ζημιά που προκύπτει, αν από τα συνολικά έσοδα αφαιρέσουμε το συνολικό κόστος:
 - Κέρδος (K) = Συνολικά έσοδα - Συνολικό κόστος ή $K = TR - TC$
 - Αν η διαφορά μεταξύ των συνολικών εσόδων και του συνολικού κόστους είναι θετική, η επιχείρηση έχει κέρδος. Αν η διαφορά είναι αρνητική, η επιχείρηση έχει ζημιά. Το κέρδος της επιχείρησης μπορεί να υπολογιστεί και με άλλο τρόπο: Αν από το έσοδο ανά μονάδα προϊόντος, δηλαδή το μέσο έσοδο (AR), αφαιρέσουμε το κόστος ανά μονάδα προϊόντος, δηλαδή το μέσο συνολικό κόστος (ATC), βρίσκουμε το κέρδος ανά μονάδα προϊόντος. Το γινόμενο του ανά μονάδα προϊόντος κέρδους επί το συνολικό αριθμό των μονάδων που πωλούνται (Q) δίνει το κέρδος της επιχείρησης:
 - $K = (AR - ATC) \cdot Q$.

- 
- (iv) Συνθήκη ισορροπίας της επιχείρησης
 - Στο προηγούμενο τμήμα προσδιορίσαμε τη θέση ισορροπίας της επιχείρησης βρίσκοντας την ποσότητα του προϊόντος που αποφέρει το μέγιστο κέρδος, μελετώντας τη συμπεριφορά του συνολικού εσόδου και του συνολικού κόστους. Ένας άλλος τρόπος προσδιορισμού της θέσης ισορροπίας είναι αυτός που εξετάζει τη συμπεριφορά του οριακού εσόδου ($M R$) και του οριακού κόστους ($M C$).
 - Εφόσον το οριακό κόστος είναι μικρότερο από το οριακό έσοδο, η επιχείρηση έχει κάθε λόγο να παράγει την επιπλέον μονάδα. Η επιχείρηση δεν έχει συμφέρον να αυξήσει την παραγωγή της, αν η επιπλέον μονάδα που θα παράγει έχει οριακό κόστος μεγαλύτερο από το οριακό έσοδο.

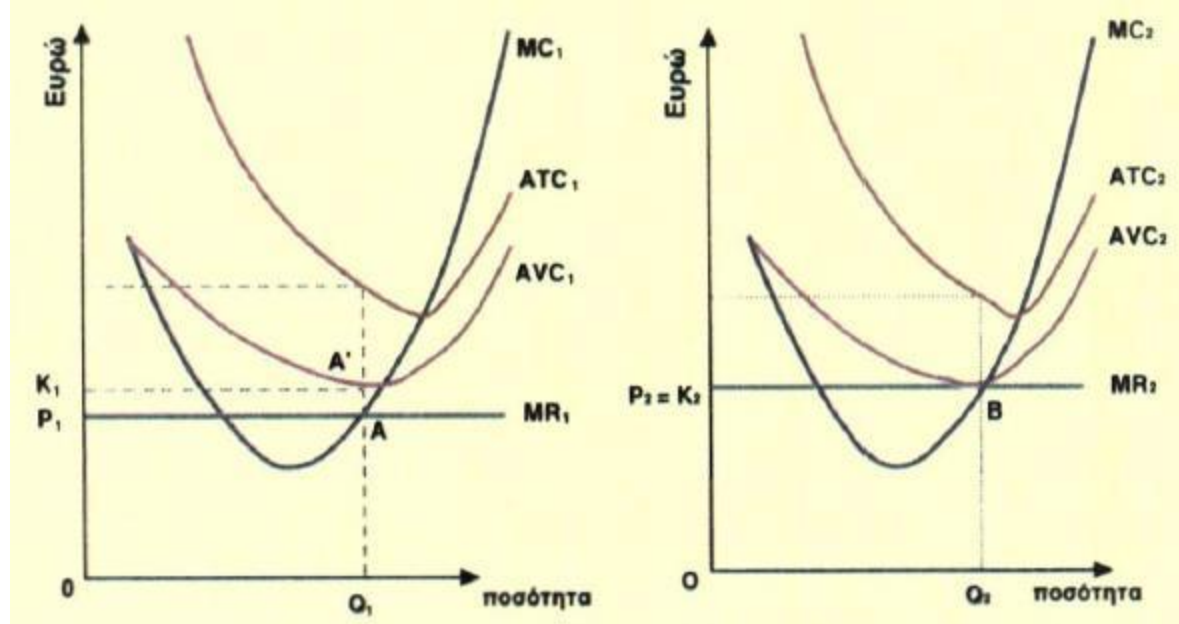
4. Η καμπύλη προσφοράς της επιχείρησης στον πλήρη ανταγωνισμό

Η επιχείρηση στη βραχυχρόνια περίοδο έχει σταθερό και μεταβλητό κόστος. Στην περίπτωση που η επιχείρηση δεν παράγει καθόλου, έχει ζημιά ίση με το σταθερό κόστος. Για να παράγει η επιχείρηση θα πρέπει να καλύπτει οπωσδήποτε το μεταβλητό της κόστος. Αν με την παραγωγή της δεν το καλύπτει πλήρως, τότε η ζημιά της θα είναι μεγαλύτερη, δηλαδή θα είναι όσο το σταθερό κόστος και επιπλέον το μέρος του μεταβλητού κόστους που δεν καλύπτεται από τα έσοδα. Στην περίπτωση αυτή είναι προτιμότερο για την επιχείρηση να μην παράγει καθόλου, ώστε να περιορίζει τη ζημιά της μόνο στο σταθερό κόστος.

Στον πλήρη ανταγωνισμό το οριακό έσοδο της επιχείρησης είναι σταθερό και ίσο με την τιμή. Τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης είναι το γινόμενο της τιμής επί την ποσότητα που παράγει και προσφέρει: $TR = P \cdot Q$. Το μεταβλητό κόστος είναι (VC) είναι γινόμενο του μέσου μεταβλητού κόστους (AVC) επί την παραγόμενη ποσότητα Q : $VC = AVC \cdot Q$. Μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής περιπτώσεις:

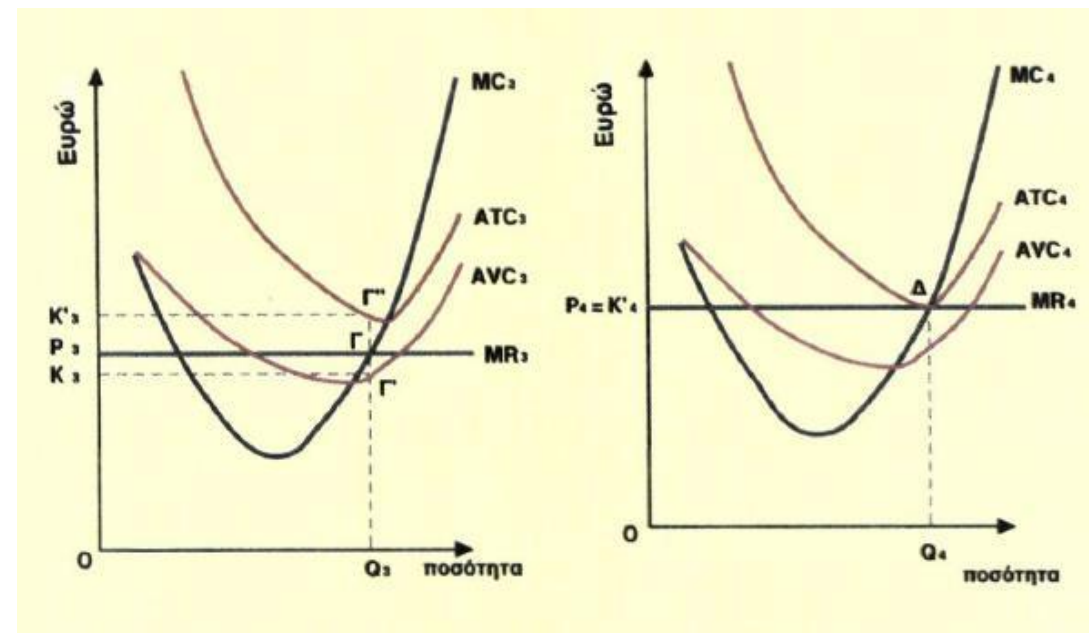
- 
- (α) Αν η τιμή είναι μικρότερη από το μέσο μεταβλητό κόστος: $P1 < AVC1$.
 - Στην τιμή $P1$ το οριακό έσοδο θα είναι $MR1 = P1$ και, σύμφωνα με τη συνθήκη ισορροπίας (ισότητα οριακού εσόδου και οριακού κόστους), η παραγόμενη ποσότητα θα είναι $Q1$. [διάγραμμα 6.6.α], Τότε $P1 \cdot Q1 < AVC1 Q1$ δηλαδή $TR1 < VC1$. Η επιχείρηση δεν καλύπτει το μεταβλητό κόστος και, επομένως, δεν τη συμφέρει να παράγει. Στο διάγραμμα 6.6.α το εμβαδόν του παραλληλόγραμμου $[OP1 AQ1]$ παριστάνει τα έσοδα από την παραγωγή και πώληση $Q1$ μονάδων, ενώ το εμβαδόν $[OK1 A'Q1]$ παριστάνει το μεταβλητό κόστος. Είναι φανερό ότι, αφού $OP1 < OK1$, το εμβαδόν $[OP1 AQ1] < [OK1 A'Q1]$.

- (β) Αν η τιμή είναι ίση με το μέσο μεταβλητό κόστος:
 $P_2 = AVC_2$.
- Στην τιμή P_2 το οριακό έσοδο θα είναι $MR_2 = P_2$ και, σύμφωνα με τη συνθήκη ισορροπίας ($MR_2 = MC_2$), η παραγόμενη ποσότητα θα είναι Q_2 . [διάγραμμα 6.6.β]. Τότε $P_2 \cdot Q_2 = AVC_2 \cdot Q_2$, δηλαδή $TR_2 < VC_2$. Η επιχείρηση καλύπτει ακριβώς, μόνο το μεταβλητό κόστος. Από τις ισότητες $P_2 = AVC_2$, $MR_2 = P_2$ και $MR_2 = MC_2$ προκύπτει ότι $P_2 = MR_2 = MC_2 = AVC_2$. Γνωρίζουμε ότι το οριακό κόστος γίνεται ίσο με το μεταβλητό κόστος, όταν το μέσο μεταβλητό κόστος είναι ελάχιστο. Στο διάγραμμα 6.6.β αυτό συμβαίνει στο σημείο Β. Για την επιχείρηση είναι αδιάφορο αν θα παράγει ή όχι, γιατί και στις δύο περιπτώσεις η ζημία της ισούται με το σταθερό κόστος. Το εμβαδόν του παραλληλόγραμμου $[OP_2 BQ_2]$ παριστάνει το συνολικό έσοδο, ενώ το εμβαδόν $[OK_2 B'Q_2]$ το μεταβλητό κόστος. Είναι προφανές ότι $[OP_2 BQ_2] = [OK_2 B'Q_2]$.



- (γ) Αν η τιμή είναι μεγαλύτερη από το μέσο μεταβλητό κόστος, αλλά μικρότερη από το μέσο συνολικό κόστος: $AVC_3 < P_3 < ATC_3$.
- Στην τιμή P_3 το οριακό έσοδο θα είναι $MR_3 = P_3$ και, σύμφωνα με τη συνθήκη ισορροπίας, η παραγόμενη ποσότητα θα είναι Q_3 . [διάγραμμα 6.6.γ]. Τότε $AVC_3 \cdot Q_3 < P_3 \cdot Q_3 < ATC_3 \cdot Q_3$ δηλαδή $VC_3 < TR_3 < TC_3$. Η επιχείρηση καλύπτει πλήρως όλο το μεταβλητό κόστος και ένα μέρος του σταθερού κόστους. Έχει ζημιά ίση με το υπόλοιπο σταθερό κόστος και βραχυχρόνια τη συμφέρει να παράγει. Στο διάγραμμα 6.6.γ το εμβαδόν $[OK_3 \Gamma' Q_3]$ παριστάνει το μέσο μεταβλητό κόστος, το εμβαδόν $[OP_3 \Gamma Q_3]$ το συνολικό έσοδο και το εμβαδόν $[OK'_3 \Gamma'' Q_3]$ το συνολικό κόστος της επιχείρησης. Είναι προφανές ότι $[OK_3 \Gamma' Q_3] < [OP_3 \Gamma Q_3] < [OK'_3 \Gamma'' Q_3]$. Το εμβαδόν $[P_3 K'_3 \Gamma'' Q_3]$ είναι η διαφορά μεταξύ των εμβαδών $[OK'_3 \Gamma'' Q_3]$ και $[OP_3 \Gamma Q_3]$ παριστάνει τη ζημιά της επιχείρησης.

- (δ) Αν η τιμή είναι ίση με το μέσο συνολικό κόστος $P_4 = ATC_4$.
- Στην τιμή P_4 , το οριακό έσοδο θα είναι $MR_4 = P_4$ και, σύμφωνα με τη συνθήκη ισορροπίας, η παραγόμενη ποσότητα θα είναι Q_4 [διάγραμμα 6.6.δ]. Τότε $P_4 \cdot Q_4 = ATC_4 \cdot Q_4$, δηλαδή $TR_4 < VC_4$. Η επιχείρηση καλύπτει ακριβώς το συνολικό κόστος και δεν έχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά και, αν δεν μεταβληθούν οι συνθήκες (π.χ. η τιμή), ισορροπεί μακροχρόνια. Από τις ισότητες $P_4 = MR_4$, $MR_4 = MC_4$ και $P_4 = ATC_4$ προκύπτει η ισότητα $P_4 = MR_4 = MC_4 = ATC_4$. Γνωρίζουμε ότι το οριακό κόστος ισούται με το μέσο συνολικό κόστος, όταν το μέσο συνολικό κόστος είναι ελάχιστο. Στο διάγραμμα 6.6.δ αυτό συμβαίνει στο σημείο Δ. Το εμβαδόν $[OP_4 \Delta Q_4]$ που παριστάνει τα συνολικά έσοδα ταυτίζεται με το εμβαδόν των συνολικών εξόδων $[OK'_4 \Delta Q_4]$,



5. Μακροχρόνια ισορροπία της επιχείρησης στον πλήρη ανταγωνισμό

- Η σημασία της ελεύθερης εισόδου και εξόδου νέων επιχειρήσεων στην παραγωγή ενός προϊόντος σε αγορά πλήρους ανταγωνισμού φαίνεται στη μακροχρόνια περίοδο:
- Ας υποθέσουμε ότι η τιμή του προϊόντος στην αγορά έχει υπερκαλύψει το μέσο κόστος της επιχείρησης και απέφερε κέρδος. Αυτό θα αποτελέσει κίνητρο, ώστε νέες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η αγοραία προσφορά του προϊόντος και να μειωθεί η τιμή του, μέχρι να εξισωθεί με το μέσο κόστος και να μηδενιστεί το κέρδος.
- Αν, σε αντίθετη περίπτωση, η τιμή του προϊόντος στην αγορά δεν έχει υπερκαλύψει το μέσο κόστος, τότε η επιχείρηση θα έχει ζημιά. Αυτό θα κάνει κάποιες επιχειρήσεις να εξέλθουν από τον κλάδο παραγωγής και να στραφούν σε παραγωγή άλλων προϊόντων, με αποτέλεσμα να μειωθεί η αγοραία προσφορά του συγκεκριμένου προϊόντος και, συνεπώς, να αυξηθεί η τιμή του, μέχρι να εξισωθεί με το μέσο κόστος και να εξαφανιστεί η ζημιά.

6. Συμπεριφορά της επιχείρησης στον πλήρη ανταγωνισμό

- Σκοπός της επιχείρησης πάντα είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους της. Αυτό συμβαίνει με τη μεγιστοποίηση της διαφοράς μεταξύ του συνολικού εσόδου και του συνολικού κόστους. Για την επιχείρηση όμως η τιμή είναι δεδομένη και η ποσότητα που παράγει καθορίζεται από τη συνθήκη ισορροπίας. Επομένως, το κέρδος της επιχείρησης θα αυξηθεί μόνο αν μειώσει το κόστος παραγωγής. Αυτό μπορεί να γίνει με καλύτερη οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας, με εξοικονόμηση εργασίας και πρώτων υλών, με βελτίωση της τεχνολογίας δηλαδή με τη χρησιμοποίηση νέων, πιο αποδοτικών μηχανημάτων.
- Η διαφήμιση του προϊόντος δε συμφέρει την επιχείρηση, αφού τα προϊόντα όλων των επιχειρήσεων του κλάδου θεωρούνται ομοιογενή.

7. Μονοπώλιο και χαρακτηριστικά του μονοπωλίου

- Η αγορά ενός προϊόντος μπορεί να χαρακτηριστεί μονοπωλιακή, όταν το προϊόν αυτό παράγεται και προσφέρεται από μια μόνο επιχείρηση. Συνήθως όμως υπάρχουν αρκετά αγαθά που ικανοποιούν εξίσου ή σχεδόν εξίσου καλά την ίδια ανάγκη. Για παράδειγμα, αναπτήρας και τα σπύρτα. Εφόσον υπάρχουν αγαθά που μπορεί το ένα να υποκαταστήσει το άλλο στην κατανάλωση, είναι δύσκολο να υπάρξει μονοπώλιο για την ικανοποίηση της σχετικής ανάγκης. Συνεπώς για την ύπαρξη μονοπωλίου απαιτούνται δύο χαρακτηριστικά:
- (α) μια μόνο επιχείρηση να παράγει και να προσφέρει το προϊόν και
- (β) έλλειψη άλλων προϊόντων που να ικανοποιούν την ίδια ανάγκη εξίσου ικανοποιητικά, δηλαδή έλλειψη στενών υποκατάστατων.

ΤΕΛΟΣ ΕΝΟΤΗΤΑ 6!