



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ 2

Ενότητα #4: Επιχειρήσεις σε ανταγωνιστικές αγορές

Διδάσκων: Μανασάκης Κωνσταντίνος
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

Τα κείμενα και τα διαγράμματα της παρουσίασης έχουν ληφθεί από το σύγγραμμα:

Gregory Mankiw, Mark Taylor: Αρχές Οικονομικής Θεωρίας, Με αναφορά στις Ευρωπαϊκές Οικονομίες. Μετάφραση: Ανδριάννα Σακκά, Επιμέλεια: Θεόδωρος Λιανός. Copyright © 2011 Εκδόσεις GUTENBERG.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται στην άδεια χρήσης **Creative Commons** και ειδικότερα **Αναφορά – Μη εμπορική Χρήση – Όχι Παράγωγο Έργο 3.0 Ελλάδα** (*Attribution – Non Commercial – Non-derivatives 3.0 Greece*)



[ή επιλογή ενός άλλου από τους έξι συνδυασμούς]

[και αντικατάσταση λογότυπου άδειας όπου αυτό έχει μπει (σελ. 1, σελ. 2 και τελευταία)]

- Εξαιρείται από την ως άνω άδεια υλικό που περιλαμβάνεται στις διαφάνειες του μαθήματος, και υπόκειται σε άλλου τύπου άδεια χρήσης. Η άδεια χρήσης στην οποία υπόκειται το υλικό αυτό αναφέρεται ρητώς.

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Κρήτης**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Η έννοια του ανταγωνισμού

Μια ανταγωνιστική αγορά που ονομάζεται, μερικές φορές, **τέλεια ανταγωνιστική αγορά**, έχει δυο χαρακτηριστικά:

- Υπάρχουν πολλοί αγοραστές και πολλοί πωλητές στην αγορά.
- Τα αγαθά που προσφέρονται από τους διάφορους πωλητές είναι λίγο-πολύ, ομοιογενή.

Ως αποτέλεσμα των συνθηκών αυτών, οι ενέργειες οποιουδήποτε αγοραστή ή πωλητή στην αγορά έχουν αμελητέα επίπτωση στην τιμή του προϊόντος. Κάθε πωλητής και αγοραστής παίρνει τιμή αγοράς ως δεδομένη.

Η έννοια του ανταγωνισμού

Ένα παράδειγμα είναι η αγορά γάλακτος. Κανένας αγοραστής γάλακτος δεν μπορεί να επηρεάσει την τιμή του γάλακτος, επειδή κάθε αγοραστής αγοράζει μικρή ποσότητα σε σύγκριση με το μέγεθος της αγοράς. Επίσης, κάθε μεμονωμένος πωλητής γάλακτος έχει περιορισμένο έλεγχο στην τιμή αγοράς, επειδή είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός εκείνων που πωλούν γάλα, το οποίο είναι το ίδιο το προϊόν με το δικό τους. Οι αγοραστές και οι πωλητές σε ανταγωνιστικές αγορές πρέπει να δεχτούν την τιμή που καθορίζεται στην αγορά και, γι' αυτό, λέγεται ότι είναι **αποδέκτες τιμής**. Υπάρχει και μια τρίτη συνθήκη που θεωρείται ότι χαρακτηρίζει τις τέλεια ανταγωνιστικές αγορές:

- Οι επιχειρήσεις μπορούν ελεύθερα να εισέλθουν στην αγορά ή να την εγκαταλείψουν.

Τα έσοδα μιας ανταγωνιστικής αγοράς

Η επιχείρηση σε ανταγωνιστική αγορά προσπαθεί να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της, που είναι ίσα με τα συνολικά έσοδα μείον το συνολικό κόστος. Η επιχείρηση αυτή παράγει ποσότητα γάλακτος Q και πωλεί κάθε μονάδα στην τιμή αγοράς P . Τα συνολικά έσοδα είναι $P \times Q$.

Αν ο κ. Γαλατάς διπλασιάσει την ποσότητα γάλακτος που παράγει, η τιμή του γάλακτος θα παραμείνει η ίδια και τα συνολικά έσοδά του θα διπλασιαστούν. Έτσι, τα συνολικά έσοδα είναι ανάλογα με την παραγόμενη ποσότητα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 14.1 Συνολικό Μέσο και Οριακό Έσοδο για μια Ανταγωνιστική Επιχείρηση

Ποσότητα	Τιμή	Συνολικό Έσοδο	Μέσο Έσοδο	Οριακό Έσοδο
(Q) λίτρα	(P) ευρώ	(TR=P×Q) ευρώ	(AR=TR/Q) ευρώ	(MR=ΔTR/ΔQ) ευρώ
1	6	6	6	6
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

Τα έσοδα μιας ανταγωνιστικής αγοράς

Η τέταρτη στήλη του πίνακα δείχνει το **μέσο έσοδο** που είναι τα συνολικά έσοδα διαιρεμένα με τον αριθμό των λίτρων γάλακτος. Το μέσο έσοδο δείχνει τι έσοδο πραγματοποιεί μια επιχείρηση από την πώληση μιας μονάδας προϊόντος.

Η πέμπτη στήλη δείχνει το **οριακό έσοδο** που είναι η μεταβολή του συνολικού εσόδου από την πώληση μιας πρόσθετης μονάδας προϊόντος. Επομένως, όταν το Q αυξάνεται κατά 1 μονάδα, τα συνολικά έσοδα αυξάνονται κατά P ευρώ. Για τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις το οριακό έσοδο είναι ίσο με την αγοραία τιμή του αγαθού.

Μεγιστοποίηση του κέρδους και η καμπύλη προσφοράς της ανταγωνιστικής επιχείρησης

Ο στόχος μιας ανταγωνιστικής επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, το οποίο ισούται με τα συνολικά έσοδα μείον το συνολικό κόστος.

Η τέταρτη στήλη δείχνει το κέρδος της γαλακτοκομικής μονάδας, που υπολογίζεται αν από τα συνολικά έσοδα αφαιρέσουμε το συνολικό κόστος. Για να μεγιστοποιήσει το κέρδος της η γαλακτοκομική μονάδα επιλέγει την ποσότητα εκείνη που της αποφέρει το μεγαλύτερο, κατά το δυνατόν, κέρδος. Στο παράδειγμά μας το κέρδος μεγιστοποιείται όταν η γαλακτοκομική μονάδα παράγει 4 ή 5 λίτρα γάλα, οπότε το κέρδος είναι 7 ευρώ.

Τα έσοδα μιας ανταγωνιστικής αγοράς

Η τέταρτη στήλη του πίνακα δείχνει το **μέσο έσοδο** που είναι τα συνολικά έσοδα διαιρεμένα με τον αριθμό των λίτρων γάλακτος. Το μέσο έσοδο δείχνει τι έσοδο πραγματοποιεί μια επιχείρηση από την πώληση μιας μονάδας προϊόντος.

Η πέμπτη στήλη δείχνει το **οριακό έσοδο** που είναι η μεταβολή του συνολικού εσόδου από την πώληση μιας πρόσθετης μονάδας προϊόντος. Επομένως, όταν το Q αυξάνεται κατά 1 μονάδα, τα συνολικά έσοδα αυξάνονται κατά P ευρώ. Για τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις το οριακό έσοδο είναι ίσο με την αγοραία τιμή του αγαθού.

Μεγιστοποίηση του κέρδους και η καμπύλη προσφοράς της ανταγωνιστικής επιχείρησης

Ο στόχος μιας ανταγωνιστικής επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, το οποίο ισούται με τα συνολικά έσοδα μείον το συνολικό κόστος.

Η τέταρτη στήλη δείχνει το κέρδος της γαλακτοκομικής μονάδας, που υπολογίζεται αν από τα συνολικά έσοδα αφαιρέσουμε το συνολικό κόστος. Για να μεγιστοποιήσει το κέρδος της η γαλακτοκομική μονάδα επιλέγει την ποσότητα εκείνη που της αποφέρει το μεγαλύτερο, κατά το δυνατόν, κέρδος. Στο παράδειγμά μας το κέρδος μεγιστοποιείται όταν η γαλακτοκομική μονάδα παράγει 4 ή 5 λίτρα γάλα, οπότε το κέρδος είναι 7 ευρώ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 14.2 Μεγιστοποίηση Κέρδους: Ένα Αριθμητικό Παράδειγμα

Ποσό- Ποσότητα	Συνολικό Έσοδο	Συνολικό Κόστος	Κέρδος	Οριακό Έσοδο	Οριακό Κόστος	Μεταβολή του Κέρδους
(Q) λίτρα	(TR) ευρώ	(TC) ευρώ	(TR-TC) ευρώ	(MR=ΔTR/ΔQ) ευρώ	(MC=ΔTC/ΔQ) ευρώ	(MR-MC) ευρώ
0	0	3	-3	-	-	-
1	6	5	1	6	2	4
2	12	8	4	6	3	3
3	18	12	6	6	4	2
4	24	17	7	6	5	1
5	30	23	7	6	6	0
6	36	30	6	6	7	-1
7	42	38	4	6	8	-2
8	48	47	1	6	9	-3

Μεγιστοποίηση του κέρδους και η καμπύλη προσφοράς της ανταγωνιστικής επιχείρησης

Ο κ. Γαλατάς μπορεί να βρει την ποσότητα που μεγιστοποιεί τα κέρδη του συγκρίνοντας το οριακό έσοδο και το οριακό κόστος κάθε μονάδας που παράγει. **Όσο το οριακό έσοδο είναι μεγαλύτερο από το οριακό κόστος, η αύξηση της παραγόμενης ποσότητας αυξάνει τα κέρδη.** Το έκτο λίτρο δίνει οριακό έσοδο 6 ευρώ και έχει οριακό κόστος 7 ευρώ. Έτσι, η παραγωγή του έκτου λίτρου μειώνει τα κέρδη κατά 1 ευρώ. Επομένως, ο κ. Γαλατάς δεν πρέπει να αυξήσει την παραγωγή παραπάνω από το πέμπτο λίτρο.

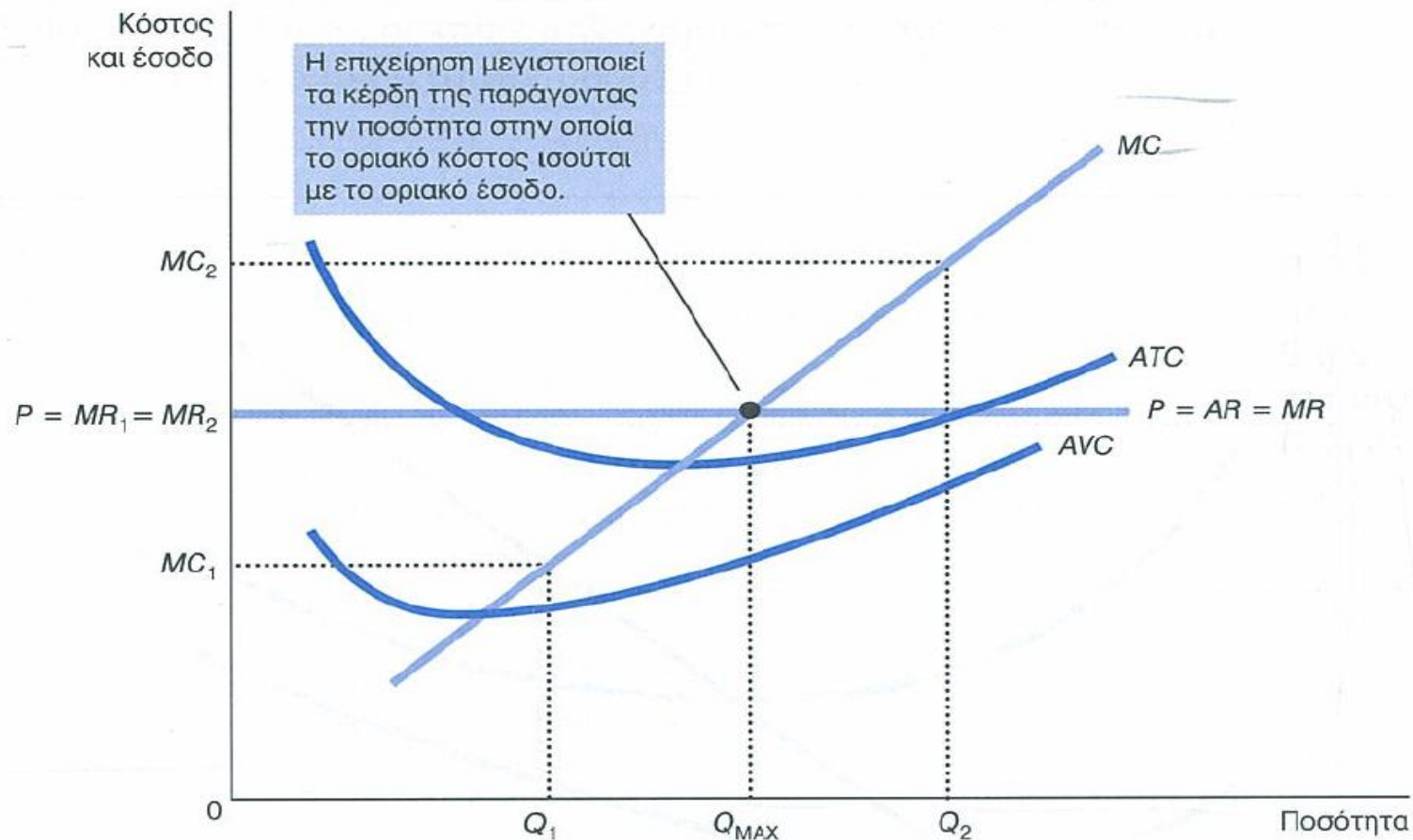
Αν το οριακό έσοδο είναι μεγαλύτερο από το οριακό κόστος, ο κ. Γαλατάς θα πρέπει να αυξήσει την παραγωγή του. Αν το οριακό έσοδο είναι μικρότερο από το οριακό κόστος ο κ. Γαλατάς πρέπει να μειώσει την παραγωγή γάλακτος.

Η καμπύλη του οριακού κόστους και η προσφορά της επιχείρησης

Η γραμμή της τιμής είναι οριζόντια, επειδή η επιχείρηση δέχεται ως δεδομένη την τιμή που έχει διαμορφωθεί στην αγορά: η τιμή αυτή παραμένει αμετάβλητη όση ποσότητα και αν αποφασίσει η επιχείρηση να παραγάγει και να πωλήσει στην αγορά. Μην ξεχνάτε ότι, για μια ανταγωνιστική επιχείρηση, η τιμή είναι ίση τόσο με το μέσο έσοδο (AR) όσο και με το οριακό έσοδό της (MR).

Αν το οριακό έσοδο είναι μεγαλύτερο από το οριακό κόστος, όπως συμβαίνει στο $Q1$, η επιχείρηση μπορεί να αυξήσει τα κέρδη της αυξάνοντας την παραγωγή.

Αν το οριακό έσοδο είναι μικρότερο από το οριακό κόστος, όπως συμβαίνει στο $Q2$, η επιχείρηση μπορεί να αυξήσει τα κέρδη της αν μειώσει την παραγόμενη ποσότητα.



⇨ Στο Σχήμα 14.1 απεικονίζονται η καμπύλη οριακού κόστους (MC), η καμπύλη μέσου συνολικού κόστους (ATC) και η καμπύλη μέσου μεταβλητού κόστους (AVC). Σημειώνεται, επίσης, η τιμή αγοράς (P), η οποία ισούται με το οριακό έσοδο (MR) και το μέσο έσοδο (AR). Στην ποσότητα Q_1 το οριακό έσοδο MR_1 είναι υψηλότερο από το οριακό κόστος MC_1 και, επομένως, η αύξηση της παραγωγής αυξάνει τα κέρδη. Στην ποσότητα Q_2 το οριακό κόστος MC_2 είναι υψηλότερο από το οριακό έσοδο MR_2 και, επομένως, η μείωση της παραγωγής αυξάνει το κέρδος. Η ποσότητα που μεγιστοποιεί το κέρδος Q_{MAX} βρίσκεται στο επίπεδο όπου η οριζόντια γραμμή της τιμής τέμνει την καμπύλη οριακού κόστους.

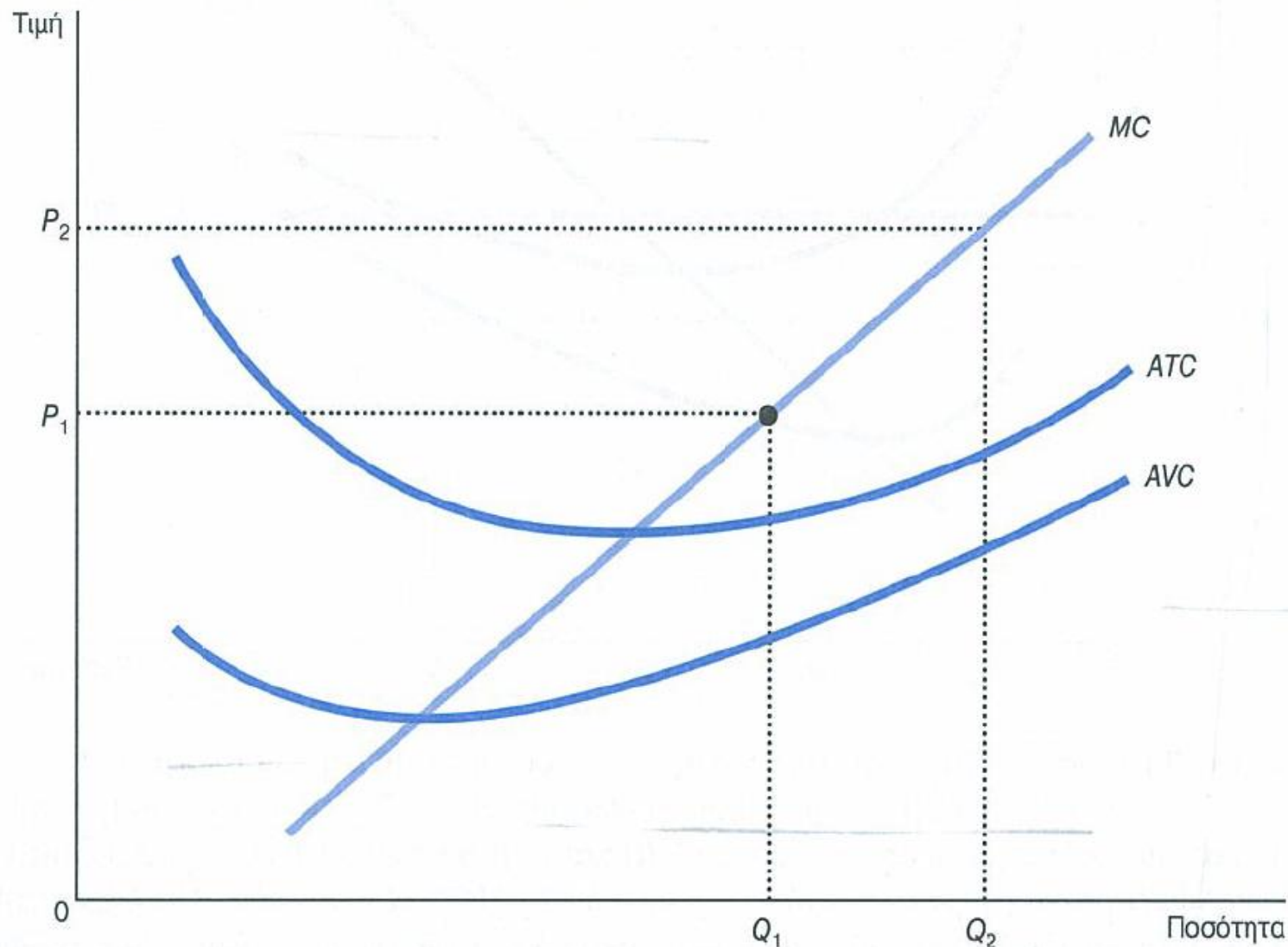
ΣΧΗΜΑ 14.1 Μεγιστοποίηση Κέρδους για μια Ανταγωνιστική Επιχείρηση

Η καμπύλη του οριακού κόστους και η προσφορά της επιχείρησης

Ανεξάρτητα από το αν η επιχείρηση αρχίσει την παραγωγή της από χαμηλό επίπεδο (όπως το Q_1) ή από υψηλό επίπεδο (όπως το Q_2), η επιχείρηση θα προσαρμόσει τελικά την παραγωγή της έως ότου η παραγόμενη ποσότητα φθάσει στο Q_{max} . Η ανάλυση αυτή δείχνει τον γενικό κανόνα της μεγιστοποίησης του κέρδους: **Στο επίπεδο παραγωγής, όπου μεγιστοποιείται το κέρδος, το οριακό έσοδο και το οριακό κόστος είναι ακριβώς ίσα.**

Για μια δεδομένη τιμή αγοράς μπορούμε να βρούμε την ποσότητα που μεγιστοποιεί τα κέρδη αν κοιτάξουμε το **σημείο τομής της τιμής με την καμπύλη του οριακού κόστους.**

Επειδή η **καμπύλη οριακού κόστους** της επιχείρησης καθορίζει πόση ποσότητα είναι διατεθειμένη να προσφέρει η επιχείρηση στην τιμή αυτή, **είναι ταυτόχρονα και η καμπύλη προσφοράς** της ανταγωνιστικής επιχείρησης.



◊ Μια αύξηση της τιμής από P_1 σε P_2 οδηγεί σε μια αύξηση της ποσότητας που μεγιστοποιεί το κέρδος της επιχείρησης από Q_1 σε Q_2 . Επειδή η καμπύλη οριακού κόστους δείχνει την ποσότητα που προσφέρει η επιχείρηση σε κάθε τιμή, είναι η καμπύλη προσφοράς της επιχείρησης.

ΣΧΗΜΑ 14.2 Το Οριακό Κόστος ως Καμπύλη Προσφοράς της Ανταγωνιστικής Επιχείρησης

Η βραχυχρόνια απόφαση της επιχείρησης να διακόψει την παραγωγική της δραστηριότητα

ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:

Σταθεροί συντελεστές + Μεταβλητοί Συντελεστές

Συνολικό κόστος (TC) = Σταθερό κόστος (FC) + Μεταβλητό κόστος (VC)

ΔΙΑΚΟΠΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (Q=0) → VC=0 & Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΤΑΒΑΛΕΙ ΤΟ FC

ΤΟ FC ΘΑ ΤΟ ΠΛΗΡΩΝΕΙ ΕΙΤΕ ΠΑΡΑΓΕΙ ΕΙΤΕ ΔΙΑΚΟΨΕΙ.

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΘΑ ΔΙΑΚΟΨΕΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΑΝ: $TR < VC \rightarrow (PQ)/Q < VC/Q$

→ $P < AVC$

ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:

Μεταβλητοί Συντελεστές.

Συνολικό κόστος (TC) = Μεταβλητό κόστος (VC)

ΔΙΑΚΟΠΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (Q=0) → ΕΞΟΔΟΣ ΑΠΌ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ → FC=0 & VC=0 / // Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΘΑ ΔΙΑΚΟΨΕΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΑΝ: $TR < TC \rightarrow (PQ)/Q < TC/Q \rightarrow P < AC$

Η βραχυχρόνια απόφαση της επιχείρησης να διακόψει την παραγωγική της δραστηριότητα

- Υπό ορισμένες συνθήκες, η ανταγωνιστική επιχείρηση μπορεί να αποφασίσει να διακόψει τις εργασίες της και να μην παράγει καθόλου. Η **διακοπή παραγωγής αναφέρεται στη βραχυχρόνια απόφαση μιας επιχείρησης να μην παράγει** καθόλου προϊόν για μια ορισμένη χρονική περίοδο εξαιτίας των τρεχουσών συνθηκών της αγοράς. Η **έξοδος** αναφέρεται στη **μακροχρόνια απόφαση της επιχείρησης να εγκαταλείψει την αγορά**. Μια επιχείρηση που διακόπτει τις εργασίες της προσωρινά εξακολουθεί να πληρώνει το σταθερό κόστος της, ενώ μια επιχείρηση που εγκαταλείπει την αγορά παύει να πληρώνει τόσο το σταθερό όσο και το μεταβλητό κόστος της.

Η βραχυχρόνια απόφαση της επιχείρησης να διακόψει την παραγωγική της δραστηριότητα

Αν η επιχείρηση διακόψει, χάνει όλα τα έσοδά της από την πώληση του προϊόντος της. Ταυτόχρονα, εξοικονομεί το μεταβλητό κόστος στο οποίο υποβαλλόταν για την παραγωγή του προϊόντος της (αλλά εξακολουθεί να βαρύνεται με το σταθερό κόστος). Έτσι, η επιχείρηση αποφασίζει να διακόψει αν τα έσοδα που θα αποκομίζει, συνεχίζοντας την παραγωγή της, είναι μικρότερα από το μεταβλητό κόστος παραγωγής.

Αν TR παριστά το **συνολικό έσοδο** και VC παριστά το **μεταβλητό κόστος**, τότε η απόφαση της επιχείρησης μπορεί να εκφραστεί ως:

Διακοπή παραγωγής αν $TR < VC$

Διαιρώντας και τα δυο σκέλη της ανισότητας αυτής με την ποσότητα Q έχουμε:

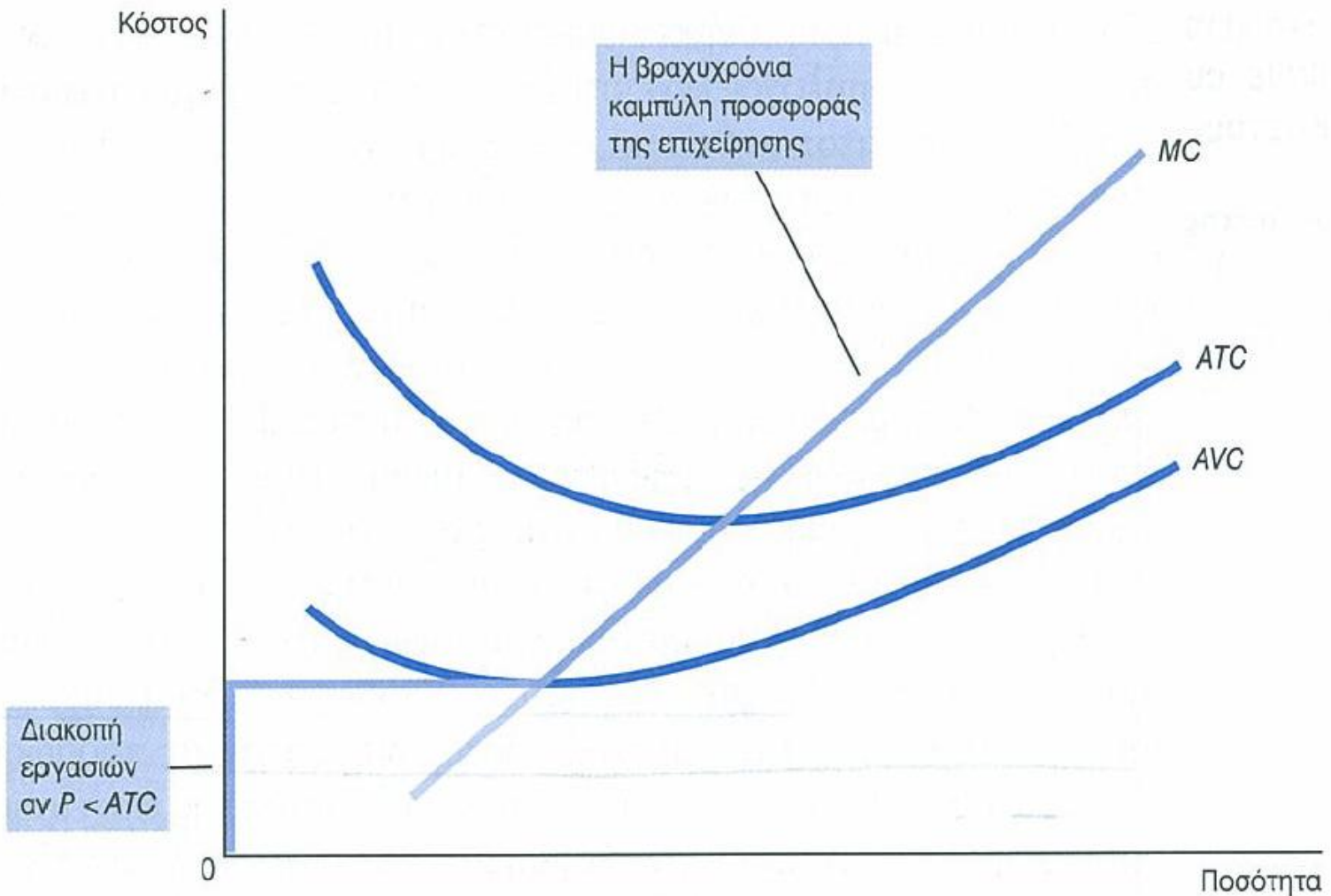
Διακοπή παραγωγής αν $TR/Q < VC/Q$

Η βραχυχρόνια απόφαση της επιχείρησης να διακόψει την παραγωγική της δραστηριότητα

Το μέσο έσοδο κάθε επιχείρησης είναι απλώς η τιμή P του προϊόντος. Ομοίως, VC/Q είναι το μέσο μεταβλητό κόστος AVC . Επομένως, το κριτήριο διακοπής των εργασιών μιας επιχείρησης είναι:

Διακοπή παραγωγής αν $P < AVC$

Όταν μια επιχείρηση αποφασίζει αν θα συνεχίσει την παραγωγή ενός προϊόντος, συγκρίνει την τιμή που θα εισπράξει για μια μονάδα με το μέσο μεταβλητό κόστος παραγωγής της μονάδας αυτής.



◊ Στη βραχυχρόνια περίοδο η καμπύλη προσφοράς της ανταγωνιστικής επιχείρησης είναι το τμήμα εκείνο της καμπύλης του οριακού κόστους της (MC), το οποίο βρίσκεται πάνω από την καμπύλη του μέσου μεταβλητού κόστους (AVC). Αν η τιμή μειωθεί κάτω από το μέσο μεταβλητό κόστος, τότε είναι προτιμότερο για την επιχείρηση να διακόψει τη λειτουργία της.

ΣΧΗΜΑ 14.3 Βραχυχρόνια Καμπύλη Προσφοράς της Ανταγωνιστικής Επιχείρησης

Η βραχυχρόνια απόφαση της επιχείρησης να διακόψει την παραγωγική της δραστηριότητα

Έχουμε τώρα μια πλήρη περιγραφή της στρατηγικής μεγιστοποίησης του κέρδους για μια ανταγωνιστική επιχείρηση. **Αν η επιχείρηση παράγει κάποιο αγαθό, θα παράγει την ποσότητα εκείνη στην οποία το οριακό κόστος ισούται με την αγοραία τιμή του συγκεκριμένου αγαθού. Ωστόσο, αν σε αυτήν τη συγκεκριμένη ποσότητα η τιμή είναι μικρότερη από το μέσο μεταβλητό κόστος, τότε είναι καλύτερο για την επιχείρηση να διακόψει τις εργασίες της. Η βραχυχρόνια καμπύλη προσφοράς μιας ανταγωνιστικής επιχείρησης είναι το τμήμα της καμπύλης του οριακού κόστους που βρίσκεται πάνω από το μέσο μεταβλητό κόστος.**

Η μακροχρόνια απόφαση της επιχείρησης να εξέλθει από έναν κλάδο ή να εισέλθει σε αυτόν

Η επιχείρηση θα εγκαταλείψει την αγορά, αν τα έσοδα που μπορεί να πραγματοποιήσει από την παραγωγή είναι λιγότερα από το συνολικό κόστος παραγωγής.

Έξοδος από την αγορά αν $TR < TC$

Διαιρώντας και τα δυο σκέλη αυτής της ανισότητας με την ποσότητα Q , έχουμε:

Έξοδος από την αγορά αν $TR/Q < TC/Q$

TR/Q είναι το μέσο έσοδο που ισούται με την τιμή P και TC/Q είναι το μέσο συνολικό κόστος ATC . Επομένως, το κριτήριο είναι:

Έξοδος από την αγορά αν $P < ATC$

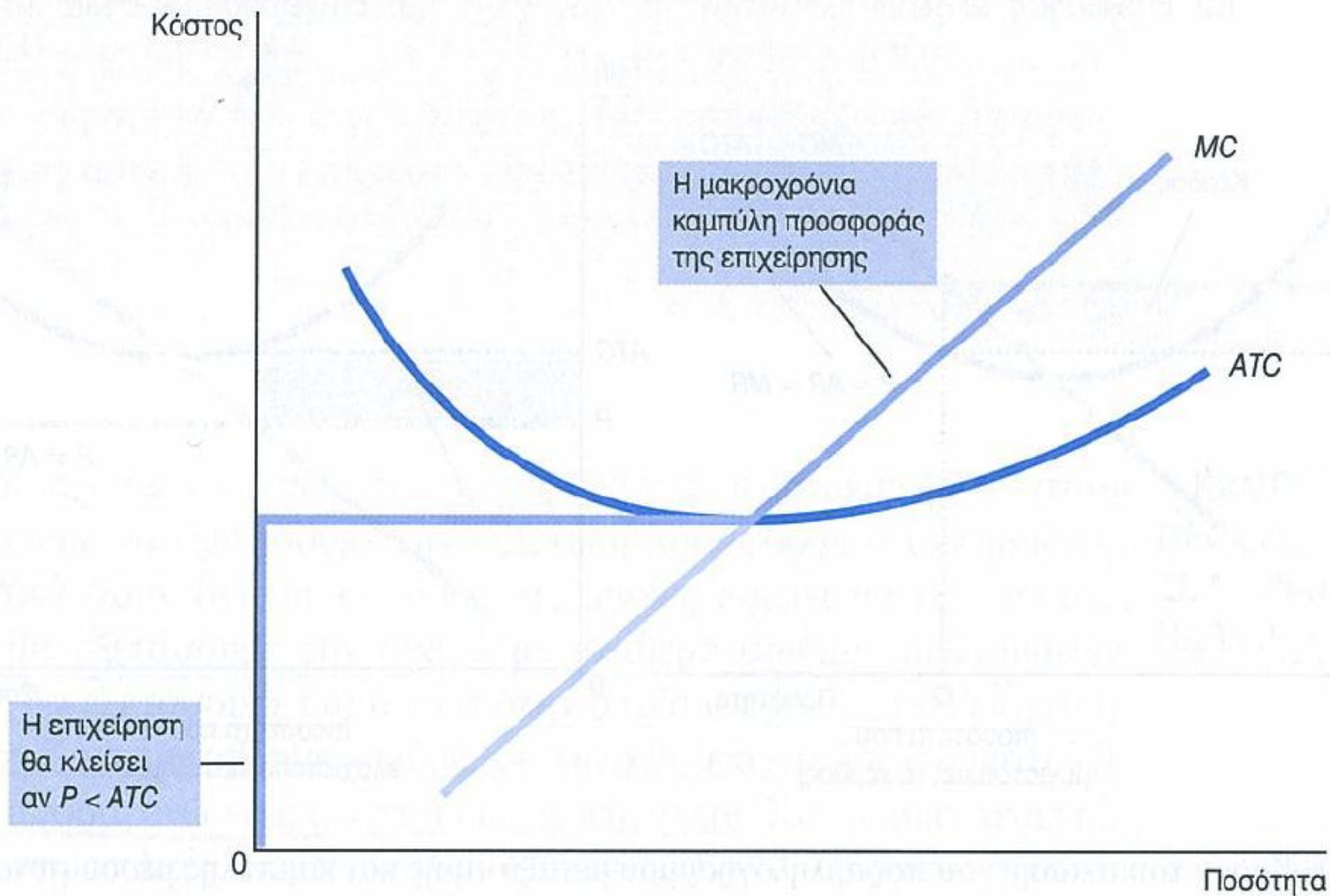
Δηλαδή, μια επιχείρηση αποφασίζει να εγκαταλείψει την αγορά αν η τιμή του αγαθού είναι μικρότερη από το μέσο συνολικό κόστος παραγωγής.

Η μακροχρόνια απόφαση της επιχείρησης να εξέλθει από έναν κλάδο ή να εισέλθει σε αυτόν

Με τον ίδιο τρόπο μπορούμε να αναλύσουμε την περίπτωση του επιχειρηματία που σκέφτεται να αρχίσει εργασίες.

Είσοδος στην αγορά αν $P > ATC$

Αν η επιχείρηση είναι στην αγορά, παράγει την ποσότητα στην οποία το οριακό κόστος είναι ίσο με την τιμή του αγαθού. Ωστόσο, αν η τιμή του αγαθού είναι μικρότερη από το μέσο συνολικό κόστος στην ποσότητα αυτή, η επιχείρηση αποφασίζει να εγκαταλείψει την αγορά. Η μακροχρόνια καμπύλη προσφοράς της ανταγωνιστικής επιχείρησης είναι το τμήμα εκείνο της καμπύλης του οριακού κόστους της, που βρίσκεται πάνω από το μέσο συνολικό κόστος.



➤ Στη μακροχρόνια περίοδο η καμπύλη προσφοράς της ανταγωνιστικής επιχείρησης είναι το τμήμα εκείνο της καμπύλης του οριακού κόστους (MC), το οποίο βρίσκεται πάνω από την καμπύλη του μέσου συνολικού κόστους της επιχείρησης (ATC). Αν η τιμή μειωθεί κάτω από το μέσο συνολικό κόστος, τότε είναι προτιμότερο για την επιχείρηση να «εξέλθει από την αγορά».

ΣΧΗΜΑ 14.4 Η Καμπύλη Μακροχρόνιας Προσφοράς της Ανταγωνιστικής Επιχείρησης

Μελέτη Περίπτωσης: Σχεδόν άδεια εστιατόρια και εκτός εποχής μίνι γκολφ

Αναρωτηθήκατε, μήπως, γιατί μένει ανοικτό ένα εστιατόριο όταν οι εισπράξεις του προφανώς δεν φθάνουν για να καλύψει το κόστος λειτουργίας του;

Όταν ο ιδιοκτήτης του εστιατορίου αποφασίζει αν θα ανοίξει το μαγαζί του για να προσφέρει φαγητό, θα πρέπει να έχει κατά νου τη διάκριση μεταξύ σταθερού και μεταβλητού κόστους. Πολλά από τα στοιχεία κόστους του εστιατορίου - ενοίκιο, εξοπλισμός μαγειρείων, τραπέζια, πιάτα, μαχαιροπίρουνα, κ.λπ.- είναι σταθερά. Το κλείσιμο του εστιατορίου την ώρα του γεύματος δε θα μειώσει καθόλου όλα αυτά τα σταθερά στοιχεία κόστους. Ο ιδιοκτήτης θα κλείσει το εστιατόριό του την ώρα του γεύματος, αν οι εισπράξεις από τους λίγους πελάτες δεν καλύπτουν το μεταβλητό κόστος του εστιατορίου.

Μελέτη Περίπτωσης: Σχεδόν άδεια εστιατόρια και εκτός εποχής μίνι γκολφ

- Ανάλογο πρόβλημα αντιμετωπίζει και ο επιχειρηματίας που λειτουργεί ένα μίνι γκολφ. Το σταθερό κόστος - το κόστος αγοράς της γης και η κατασκευή του γηπέδου - δεν επηρεάζει την απόφασή του. Το μίνι γκολφ θα λειτουργεί μόνο τις εποχές εκείνες του έτους που τα έσοδα υπερκαλύπτουν το μεταβλητό κόστος του.

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

