

Θεματική ενότητα: ΔΕΟ 43



2022

Eclass4U

The best Choice for you

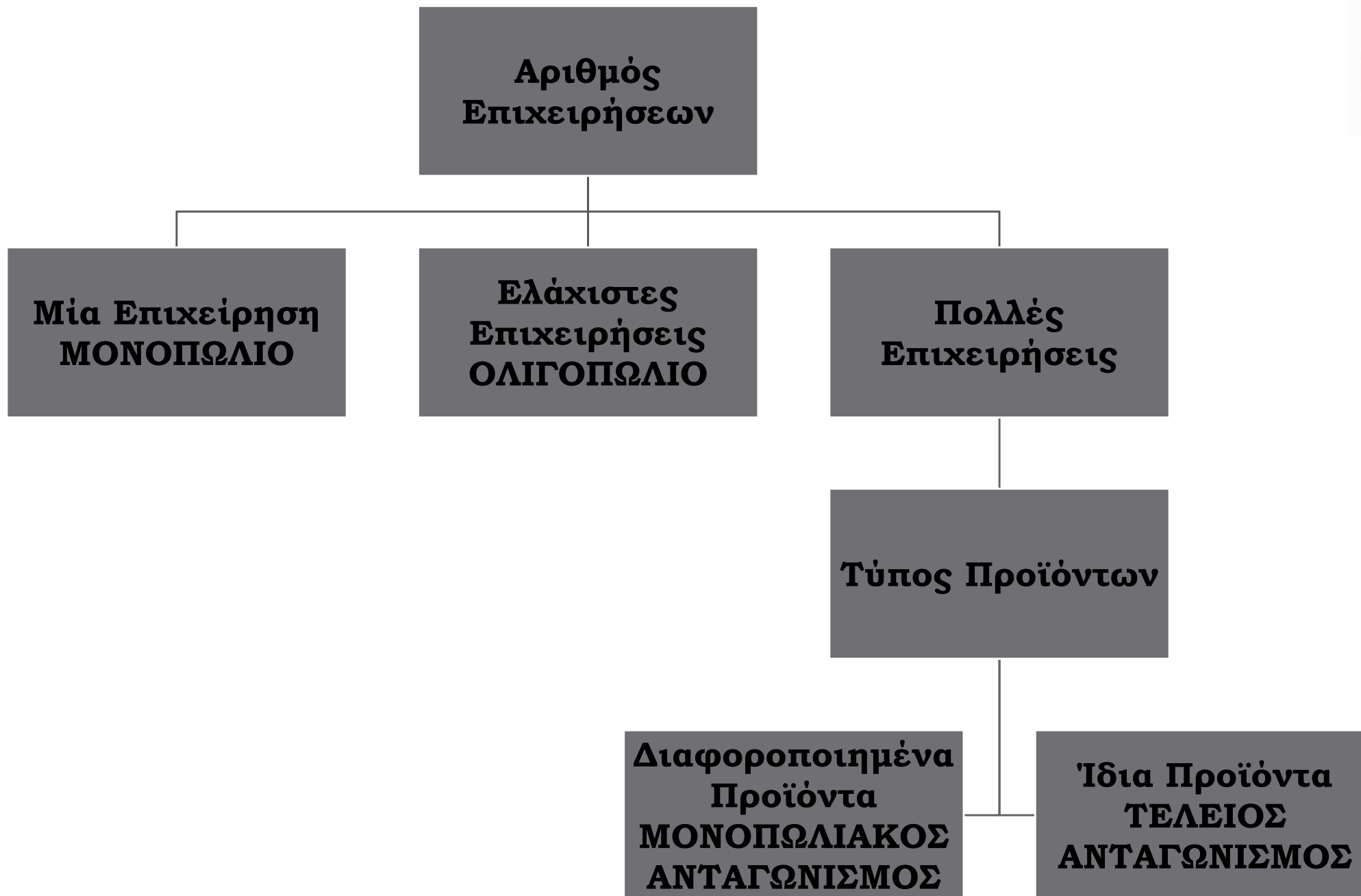
ΘΕΡΜΟΠΥΛΩΝ 17
ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
100Μ ΑΠΟ ΤΗ ΣΤΑΣΗ
ΜΕΤΡΟ «ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ»

ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 210-5711484
ΚΙΝΗΤΟ: 6970401981
EMAIL: grammateia.eclass4u@gmail.com
ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ WEB : www.eclass4u.gr
SOCIAL MEDIA:



ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: ΤΟΜΟΣ Α1- ΠΚ1-

Οικονομική Ανάλυση και Πολιτική: Μικροοικονομική (ΨΕΙΡΙΔΟΥ-ΛΙΑΝΟΣ)-2



ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΟΡΑΣ

	Τέλειος ανταγωνισμός	Μονοπωλιακός ανταγωνισμός	Ολιγοπώλιο	Μονοπώλιο
Αριθμός επιχειρήσεων/ πωλητών/ παραγωγών	Πολλοί	Πολλοί	Λίγοι	Ένας
Τύπος προϊόντος/ υπηρεσίας	Πανομοιότυπα (ομοιογενή)	Ελαφρώς διαφοροποιημένα	Πανομοιότυπα ή διαφοροποιημένα	Ένα μοναδικό, μη διαφοροποιημένο προϊόν ή υπηρεσία
Παράδειγμα προϊόντος	Καλαμπόκι το οποίο καλλιεργείται από διάφορους αγρότες	Βιβλία, CD	Πετρέλαιο (πανομοιότυπο)- αυτοκίνητα (διαφοροποιημένο)	Φάρμακα με δικαίωμα ευρεσιτεχνίας- νερό βρύσης
Εμπόδια εισόδου	Κανένας: ελεύθερη εισοδος και έξοδος	Κανένας: ελεύθερη εισοδος και έξοδος	Ναι	Ναι: υψηλά
Αποδέκτες τιμής ή διαμορφωτές τιμής	Αποδέκτης τιμής- η τιμή δίνεται από την αγορά	Διαμορφωτής τιμής (αναγνωρίζοντας τους άλλους πωλητές)	Διαμορφωτής τιμής (αναγνωρίζοντας ισχυρά τους άλλους πωλητές)	Διαμορφωτής τιμής – κανένας ανταγωνιστής- κανένα τέλειο υποκατάστατο
Τιμή	$P = MR = MC$	Θέτει $P > MR = MC$	Θέτει $P > MR = MC$ ή $P = MR = MC$ ανάλογα με τον τύπο του ανταγωνισμού και τη διαφοροποίηση των προϊόντων	Θέτει $P > MR = MC$
Υπολειμματική καμπύλη ζήτησης	Οριζόντια κλίση- πλήρως ελαστική καμπύλη ζήτησης	Αρνητική κλίση: ελαφρώς διαφοροποιημένα προϊόντα είναι διαθέσιμα	Αρνητική κλίση	Πτωτική κλίση
Κοινωνικό πλεόνασμα	Μεγιστοποιείται	Δεν μεγιστοποιείται, αλλά η κοινωνία μπορεί να επωφεληθεί από την ποικιλία των προϊόντων	Δεν μεγιστοποιείται	Δεν μεγιστοποιείται, αλλά μερικές φορές η κοινωνία επωφελείται από την έρευνα και την ανάπτυξη
Μακροχρόνια κέρδη	Μηδενικά	Μηδενικά	Μηδενικά ή περισσότερα από μηδέν	Μεγαλύτερα από το μηδέν

Μορφές Οργάνωσης της Αγοράς

- **Ανταγωνισμός,**
- **Μονοπώλιο,**
- **Ολιγοπώλιο και**
- **Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός.**

Οι δύο πρώτες είναι οι πιο απλές.

Ανταγωνισμός => πολλές μικρές επιχειρήσεις, ομοιογενές προϊόν, η ζήτηση για την επιχείρηση είναι δεδομένη, δεν μπορούν να επηρεάσουν την τιμή, δεν υπάρχουν εμπόδια στην είσοδο και έξοδο επιχειρήσεων στην αγορά, μακροχρόνια τα κέρδη είναι μηδενικά.

Μονοπώλιο => μία επιχείρηση, η ζήτηση της επιχείρησης ταυτίζεται με τη ζήτηση της αγοράς, η επιχείρηση θέτει την τιμή με βάση τη ζήτηση, δεν υπάρχουν υποκατάστατα αγαθά, η χειρότερη μορφή οργάνωσης για τον καταναλωτή => μικρότερη ποσότητα και υψηλότερη τιμή. Διαφοροποίηση τιμής.

ΤΕΛΕΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Σε **συνθήκες τέλειου ανταγωνισμού** υπάρχει οικονομική αποτελεσματικότητα και άριστη κατανομή πόρων. Ειδικότερα υπάρχει:

- Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που παράγουν ένα ομοιογενές προϊόν
- Ελευθερία εισόδου και εξόδου στον κλάδο, χωρίς κόστος για τις επιχειρήσεις
- Τέλεια γνώση των συνθηκών της αγοράς από τους πωλητές και τους αγοραστές
- Σύστημα ελεύθερης οικονομίας

Μακροχρόνια ισορροπία της επιχείρησης στον πλήρη ανταγωνισμό:

Εκεί όπου **εξισώνονται το οριακό έσοδο με το οριακό κόστος και το μέσο κόστος**, ώστε η επιχείρηση δε θα έχει ούτε ζημιά ούτε κέρδος. Η μακροχρόνια ισορροπία της επιχείρησης επιτυγχάνεται με ελάχιστο κόστος παραγωγής, δηλαδή δε γίνεται σπατάλη παραγωγικών συντελεστών, γι' αυτό θεωρείται η άριστη μορφή αγοράς.

Συνθήκη ισορροπίας: Το κέρδος γίνεται μέγιστο, όταν το οριακό κόστος αυξανόμενο είναι ίσο με την οριακή πρόσοδο. Η **οριακή πρόσοδος είναι σταθερή**, αφού σταθερή είναι και η τιμή για την επιχείρηση.

Παράδειγμα:

- ❑ Τα εστιατόρια, τα μαγαζιά με είδη ένδυσης, τα μαγαζιά με είδη διατροφής, τα καφενεία, τα καθαριστήρια κτλ.

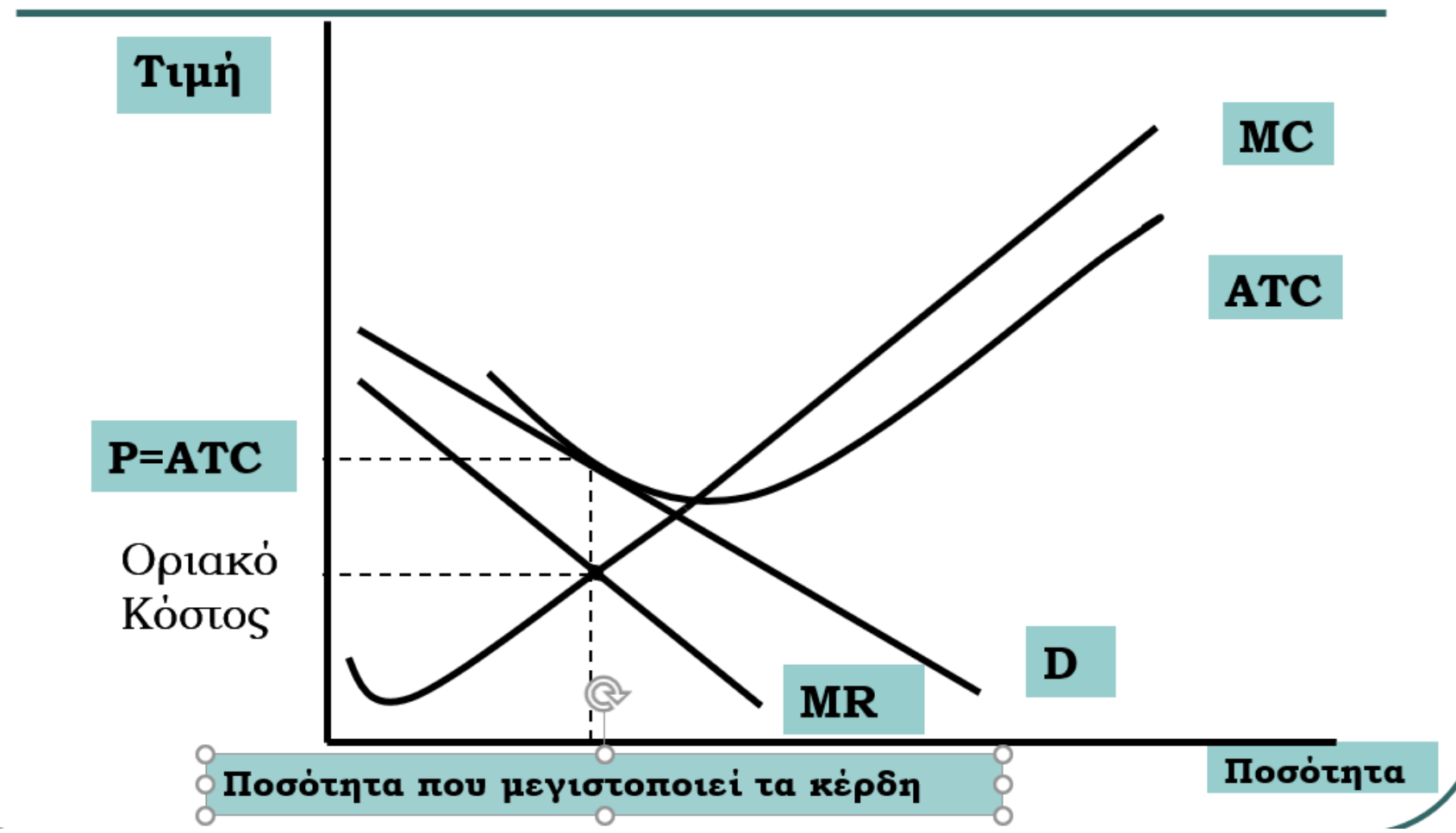
ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

- ❑ Μονοπωλιακός ανταγωνισμός είναι μια μορφή αγοράς που βρίσκεται μεταξύ του πλήρους ανταγωνισμού και του μονοπωλίου και περιλαμβάνει στοιχεία και από τις δυο.

Τα χαρακτηριστικά του μονοπωλιακού ανταγωνισμού είναι:

- ❑ Μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων, άρα οι αποφάσεις κάθε επιχείρησης δεν επιδρούν στη συμπεριφορά των άλλων.
- ❑ Ελευθερία εισόδου – εξόδου επιχειρήσεων.
- ❑ Διαφοροποιημένο προϊόν και κάθε επιχείρηση αντιμετωπίζει καμπύλη ζήτησης με αρνητική κλίση.
- ❑ Πλήρης γνώση των συνθηκών της αγοράς.
- ❑ Οι μονοπωλιακά ανταγωνιστικές επιχειρήσεις αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στη διαφήμιση, τη βελτίωση της ποιότητας και της συσκευασίας του προϊόντος και την υιοθέτηση ελκυστικών τρόπων πώλησης ώστε να διαφοροποιήσουν το προϊόν τους στα μάτια των καταναλωτών, και να αυξήσουν τη μονοπωλιακή τους δύναμη.
- ❑ Η είσοδος νέων επιχειρήσεων σε μονοπωλιακά ανταγωνιστικούς κλάδους είναι κατά κανόνα εύκολη, όχι όμως τόσο όσο στους τέλει ανταγωνιστικούς κλάδους γιατί εκτός από την παραγωγή του προϊόντος, χρειάζεται η δαπάνη σημαντικών ποσών σε διαφήμιση.

ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΤΗ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ



Μονοπώλιο

Όταν όλος ο κλάδος αποτελείται από μία επιχείρηση.

Τα χαρακτηριστικά του μονοπωλίου:

- ⌘ Υπάρχει μία μόνο επιχείρηση που παράγει ένα προϊόν το οποίο δεν έχει στενά υποκατάστατα
- ⌘ Υπάρχει πλήρης έλεγχος στην τιμή του προϊόντος
- ⌘ Είναι αδύνατη η είσοδος νέων επιχειρήσεων λόγω εμποδίων

Συνθήκες μονοπωλίου δημιουργούνται όταν:

- ⌘ το κόστος παραγωγής κάνει έναν μοναδικό παράγωγο πιο αποτελεσματικό από ότι αν ήταν περισσότεροι (**φυσικό μονοπώλιο***),
- ⌘ μια αναγκαία εισροή παραγωγής κατέχεται από έναν μόνο παραγωγό (π.χ. ευρεσιτεχνία),
- ⌘ το κράτος δίνει το αποκλειστικό δικαίωμα παραγωγής σε μια επιχείρηση

• **Συνθήκη ισορροπίας** Το κέρδος γίνεται μέγιστο, όταν το οριακό κόστος αυξανόμενο είναι ίσο με την οριακή πρόσοδο. Η οριακή πρόσοδος στο μονοπώλιο όμως είναι φθίνουσα, επειδή, καθώς η ποσότητα αυξάνεται, η τιμή μειώνεται, ενώ στον πλήρη ανταγωνισμό είναι σταθερή, αφού σταθερή είναι και η τιμή για την επιχείρηση.

Ολιγοπώλιο

- Η αγορά αποτελείται από ένα μικρό αριθμό μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων που μοιράζονται την αγορά. Κύριο χαρακτηριστικό είναι η αλληλεξάρτηση μεταξύ τους. Επειδή είναι λίγες, η καθεμιά ενδιαφέρεται για τις ενέργειες των ανταγωνιστών της και για τις αντιδράσεις της σε τυχόν μεταβολές της πολιτικής της.
 - Λίγες επιχειρήσεις που παράγουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής προσφοράς ενός προϊόντος
 - Αμοιβαία αλληλεξάρτηση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου
 - Ομοιογενές ή παρόμοιο προϊόν
- Στο καθαρό ολιγοπώλιο (ομοιογενές προϊόν) οι τιμές των αντιπάλων επιχειρήσεων είναι ουσιαστικά ίδιες, ενώ στο διαφοροποιημένο ολιγοπώλιο οι επιχειρήσεις χρεώνουν διαφορετικές τιμές. Συνθήκες ολιγοπωλίου δημιουργούνται όταν η επίτευξη οικονομιών κλίμακας καθιστούν τη λειτουργία μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων στον κλάδο αναποτελεσματική και όταν ακολουθούνται τακτικές θεμιτού και αθέμιτου ανταγωνισμού (π.χ. κλάδος τσιμέντου, αλουμινίου, κλπ.).

Σύγκριση ολιγοπωλίου - ανταγωνισμού

Ολιγοπώλιο:

- ⌘ Λίγες επιχειρήσεις που παράγουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής προσφοράς ενός προϊόντος
- ⌘ Ομοιογενές ή παρόμοιο προϊόν
- ⌘ Αμοιβαία αλληλεξάρτηση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου

Ανταγωνισμός:

- ⌘ Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που παράγουν ένα ομοιογενές προϊόν
- ⌘ Ελευθερία εισόδου και εξόδου στον κλάδο, χωρίς κόστος για τις επιχειρήσεις
- ⌘ Τέλεια γνώση των συνθηκών της αγοράς από τους πωλητές και τους αγοραστές
- ⌘ Σύστημα ελεύθερης οικονομίας

Η αντιπροσωπευτική επιχείρηση σε ένα τελείως ανταγωνιστικό κλάδο αποφασίζει την πολιτική της (τιμή - παραγωγή) ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, ενώ η πολιτική του ολιγοπωλητή (τιμή - παραγωγή - διαφοροποίηση προϊόντος - διαφήμιση) έχει σημαντική επίδραση σε κάθε μία από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου.

Σύγκριση Μονοπωλίου - Ανταγωνισμού

Μονοπώλιο:

- Υπάρχει μία μόνο επιχείρηση που παράγει ένα προϊόν το οποίο δεν έχει στενά υποκατάστατα
- Υπάρχει πλήρης έλεγχος στην τιμή του προϊόντος
- Είναι αδύνατη η είσοδος νέων επιχειρήσεων λόγω εμποδίων

Ανταγωνισμός:

- Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που παράγουν ένα ομοιογενές προϊόν
- Ελευθερία εισόδου και εξόδου στον κλάδο, χωρίς κόστος για τις επιχειρήσεις
- Τέλεια γνώση των συνθηκών της αγοράς από τους πωλητές και τους αγοραστές
- Σύστημα ελεύθερης οικονομίας

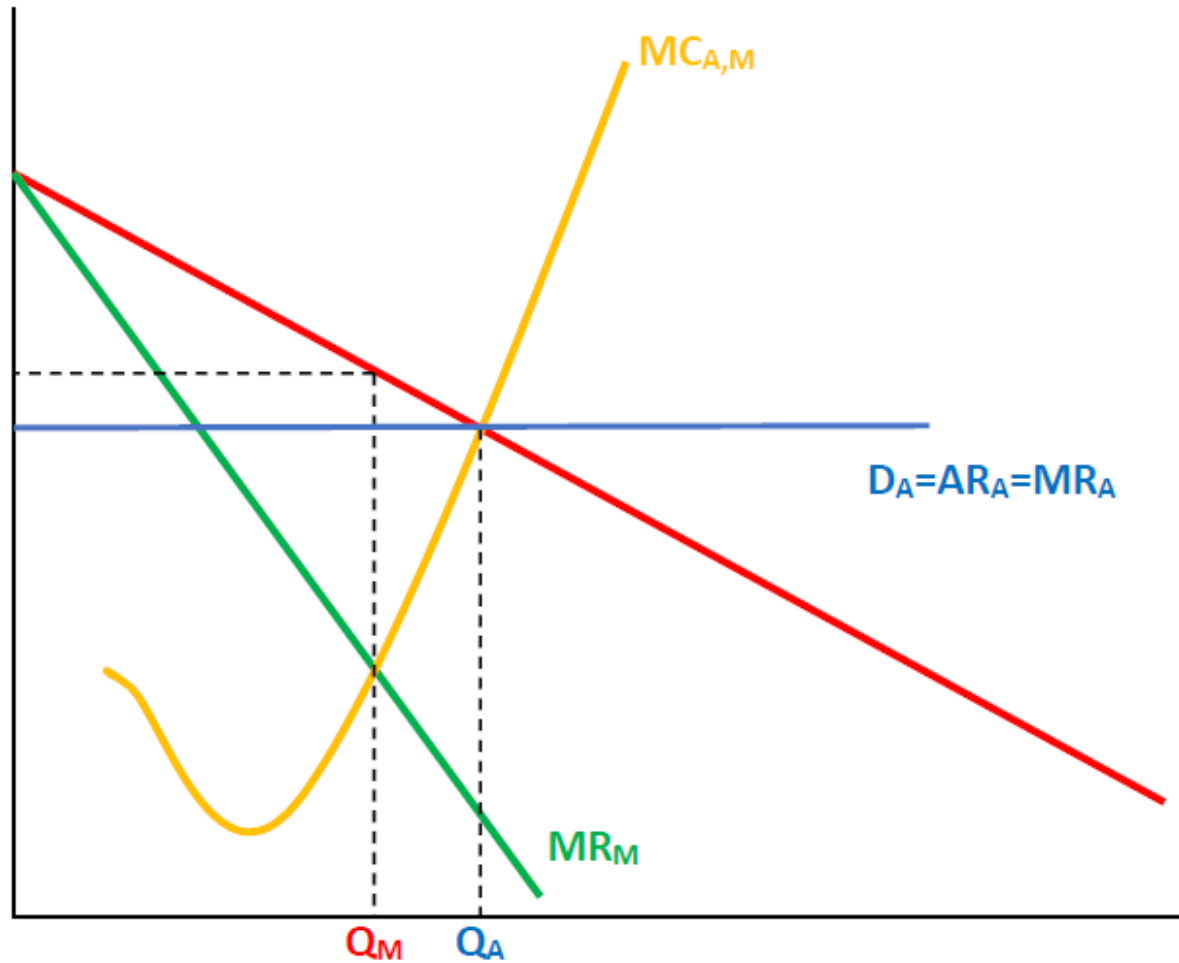


Eclass4U

The best Choice for you



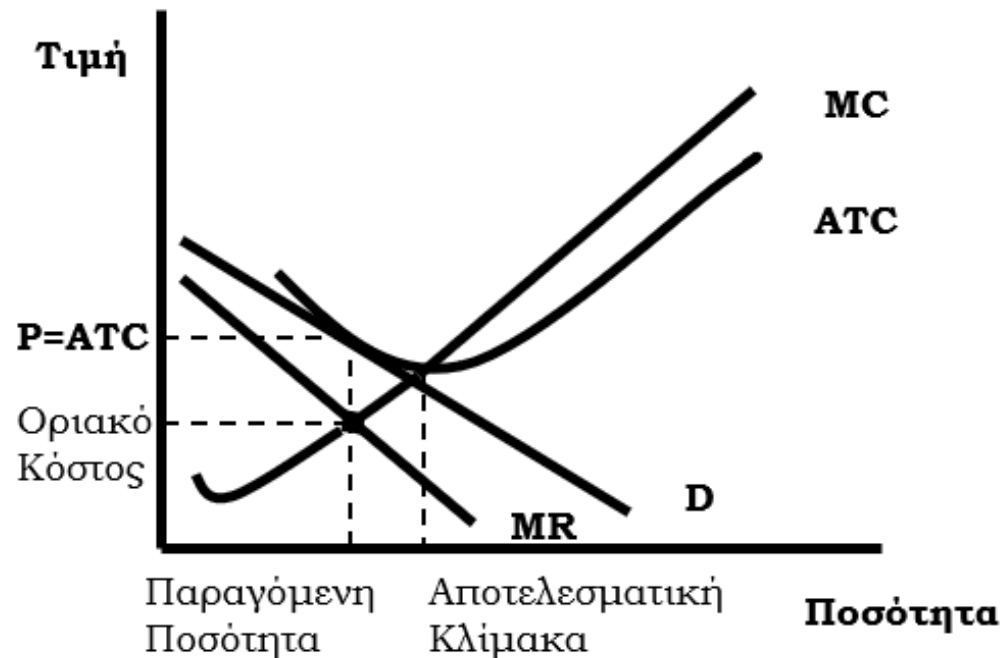
Σύγκριση μονοπωλίου με τέλειο ανταγωνισμό



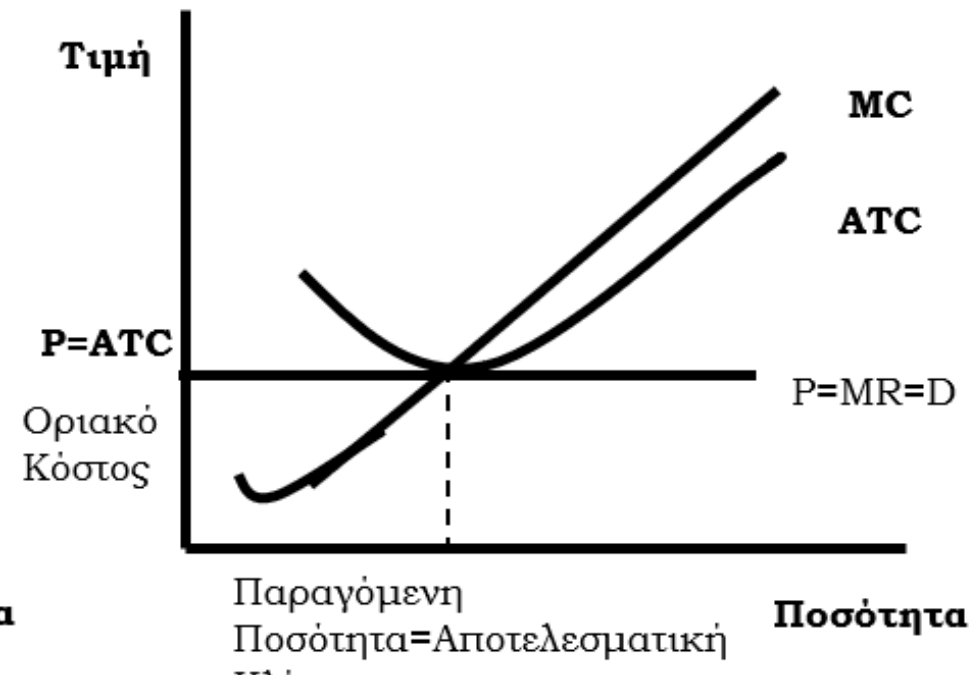
Η μονοπωλιακή διάρθρωση της αγοράς συνεπάγεται υψηλότερη τιμή και μικρότερη παραγόμενη ποσότητα. Επίσης, χαμηλότερο όφελος καταναλωτή

ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΕΛΕΙΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός



Τέλειος Ανταγωνισμός



Σύγκριση ολιγοπωλίου και μονοπωλίου

Ολιγοπώλιο:

- ⌘ Λίγες επιχειρήσεις που παράγουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής προσφοράς ενός προϊόντος
- ⌘ Ομοιογενές ή παρόμοιο προϊόν

Αμοιβαία αλληλεξάρτηση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου

Μονοπώλιο:

- ⌘ Υπάρχει μία μόνο επιχείρηση που παράγει ένα προϊόν το οποίο δεν έχει στενά υποκατάστατα
- ⌘ Υπάρχει πλήρης έλεγχος στην τιμή του προϊόντος
- ⌘ Είναι αδύνατη η είσοδος νέων επιχειρήσεων λόγω εμποδίων

Ο μονοπωλητής αποφασίζει την πολιτική του (τιμή - παραγωγή) ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, ενώ η πολιτική του ολιγοπωλητή (τιμή - παραγωγή - διαφοροποίηση προϊόντος - διαφήμιση) έχει σημαντική επίδραση σε κάθε μία από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου.

ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΟΥ- ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

➤ Ολιγοπώλιο =>

- ✓ λίγες επιχειρήσεις, μεγάλες σε μέγεθος,
- ✓ το προϊόν διαφοροποιείται ελαφρώς (πραγματικά ή πλασματικά),

εμπόδια εισόδου, δύο ενδεχόμενα:

α) συνεργασία (καρτέλ),

β) ανταγωνισμός (καμπτόμενη καμπύλη ζήτησης, όπως μονοπωλιακός ανταγωνισμός) + ειδική περίπτωση = δυοπώλιο => τρία υποδείγματα : Cournot (ποσότητα/καμπύλες αντίδρασης), Stackelberg (ποσότητα/KA + ηγέτης), Bertrand (τιμή => ανταγωνιστική ισορροπία).

Μονοπωλιακός ανταγωνισμός

- ✓ πολλές μικρές επιχειρήσεις με διαφοροποιημένο προϊόν,
- ✓ υπάρχει κάποιος βαθμός ελέγχου της τιμής όμως η συμπεριφορά της επιχείρησης πρέπει να λαμβάνει υπόψη της την αντίδραση των υπολοίπων επιχειρήσεων του κλάδου (φαινομενική καμπύλη ζήτησης),
- ✓ δεν υπάρχουν εμπόδια στην είσοδο στην και έξοδο επιχειρήσεων από την αγορά, άρα μακροχρόνια τα κέρδη είναι μηδέν (όπως στον τέλειο ανταγωνισμό),
- ✓ πιο ελαστική καμπύλη ζήτησης (οριζόντια) από το μονοπώλιο (λόγω υποκατάστατων),

ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΕΛΕΙΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

- Μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική επιχείρηση, αντίθετα απ' ό,τι συμβαίνει με μια τέλεια ανταγωνιστική επιχείρηση, μπορεί να αυξήσει την ποσότητα που παράγει και να μειώσει το μέσο συνολικό κόστος παραγωγής (Υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα)
- Μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική επιχείρηση ορίζει τιμή για το προϊόν της υψηλότερη από το οριακό κόστος επειδή η επιχείρηση έχει πάντοτε κάποια δύναμη αγοράς

Η μονοπωλιακά ανταγωνιστική αγορά χαρακτηρίζεται από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: πολλές επιχειρήσεις, διαφοροποιημένα προϊόντα και ελευθερία εισόδου και εξόδου.

Η ισορροπία σε μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική αγορά διαφέρει από αυτή του τέλειου ανταγωνισμού σε δύο σημεία που συνδέονται μεταξύ τους.

Πρώτον, κάθε επιχείρηση έχει υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα, δηλ. λειτουργεί στο κατερχόμενο τμήμα της καμπύλης μέσου κόστους.

Δεύτερον, κάθε επιχείρηση ορίζει τιμή για το προϊόν της πάνω από το οριακό κόστος.

Μορφές αγοράς	Αριθμός επιχειρήσεων	Τύπος προϊόντος	Συνθήκες εισόδου	Μονοπωλιακή δύναμη	Ρόλος διαφήμισης	π.χ.
1. Τέλειος ανταγωνισμός	πολύ μεγάλος	ομοιογενές	εύκολες	καθόλου	καθόλου	γεωργικοί κλάδοι
2. Μονοπώλιο	μία	μοναδικό	δύσκολη ή αδύνατη	μεγάλη	αρκετή	κοινής ωφέλειας
3.Μονοπωλιακός ανταγωνισμός	μεγάλος	ελαφρά διαφοροποιημένο	σχετικά εύκολη	μικρή	μεγάλη	λιανικό εμπόριο
4. Ολιγοπώλιο	λίγες	ομοιογενές ή διαφοροποιημένο	σχετικά δύσκολη	αρκετή	μεγάλη όταν υπάρχει διαφοροποίηση προϊόντος	βιομηχανία

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΝΑ ΜΟΡΦΗ ΑΓΟΡΑΣ





ΘΕΜΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

- **Να συγκρίνετε 2 υποδείγματα του ολιγοπωλίου**

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

•Ολιγοπώλιο είναι εκείνη η μορφή αγοράς, η οποία αποτελείται από ένα μικρό αριθμό επιχειρήσεων, μεγάλου μεγέθους, που μοιράζονται την αγορά. Κύριο χαρακτηριστικό της αγοράς είναι η αλληλεξάρτηση ανάμεσα στους ολιγοπωλητές. Επειδή ο αριθμός των πωλητών είναι μικρός, ο καθένας από αυτούς ενδιαφέρεται για τις ενέργειες των ανταγωνιστών του και για τις αντιδράσεις τους σε τυχόν μεταβολές της πολιτικής τους. Ο ολιγοπωλητής δεν μπορεί να γνωρίζει με βεβαιότητα τις αντιδράσεις των αντιπάλων του.

•Μάλιστα, είναι δυνατό να προκύψουν τόσες πολλές διαφορετικές καταστάσεις όσες και ο αριθμός των ολιγοπωλίων και γι' αυτό το λόγο έχει δημιουργηθεί ένας μεγάλος αριθμός θεωριών (υποδειγμάτων) ολιγοπωλίου.

•Δύο βασικά υποδείγματα:

•**A) Το ΔΥΟΠΩΛΙΟ Του COURNOT**

•**B) Υπόδειγμα του Bertrand.**

Υπόδειγμα Cournot

(ανταγωνισμός ποσοτήτων)

Στην μορφή αυτή ανταγωνισμού δεν υπάρχει αλληλεξάρτηση μεταξύ των επιχειρήσεων δηλαδή οι αποφάσεις της κάθε επιχείρησης που σχετίζονται με την παραγόμενη ποσότητα δεν επηρεάζουν τις αποφάσεις και τις ενέργειες των ανταγωνιστών της για την δική τους παραγωγή, ενώ αντίθετα, οι αποφάσεις της επιχείρησης σχετικά με το προϊόν της επηρεάζουν την τιμή του προϊόντος.

Υπόδειγμα Bertrand

Το υπόδειγμα οδηγεί σε σταθερή ισορροπία μέσα από μια διαδικασία προσαρμογής των τιμών (πόλεμο τιμών μεταξύ των δύο αντιπάλων και όχι ποσοτήτων) των δύο επιχειρήσεων μετά από έναν αριθμό περιόδων.

Δεν οδηγεί σε μεγιστοποίηση των κερδών του κλάδου, διότι η κάθε επιχείρηση πιστεύει αφελώς ότι η αντίπαλος της θα κρατήσει σταθερή την τιμή της κατά την επόμενη περίοδο και δε διδάσκεται από τα λάθη του παρελθόντος.

(ανταγωνισμός τιμών) Οι ανταγωνιστές, ανταγωνίζονται για τον καθορισμό της τιμής του προϊόντος, ενώ οι ποσότητες καθορίζονται από την αγορά. Ο κάθε πωλητής μεγιστοποιεί το κέρδος του ως προς τη δική του τιμή, θεωρώντας δεδομένη την τιμή του αντιπάλου του. Υπάρχει ταυτόχρονη επιλογή.

Όταν το προϊόν είναι ομοιογενές η τιμή ισούται με το οριακό κόστος (δηλαδή έχουμε την λύση ισορροπίας του πλήρους ανταγωνισμού). Όταν το προϊόν είναι διαφοροποιημένο η τιμή δεν ισούται πλέον με το οριακό κόστος.

Επομένως στο υπόδειγμα του Bertrand κάθε επιχείρηση αντιμετωπίζει ίδια ζήτηση, αποβλέπει στη μεγιστοποίηση των κερδών της κάτω από την υπόθεση ότι η τιμή που επιβάλλει για το προϊόν του ο αντίπαλος, παραμένει σταθερή.

ΘΕΜΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

- Τι γνωρίζετε για το Υπόδειγμα Stackelberg;

Υπόδειγμα Stackelberg

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ STACKELBERG

στην περίπτωση του υποδείγματος Cournot, και οι δύο επιχειρήσεις παίρνουν αποφάσεις ταυτόχρονα. Εάν υποθέσουμε ότι μία εκ των δύο επιχειρήσεων (επιχείρηση 1) έχει κάποιο πλεονέκτημα (μεγέθους ή οποιοδήποτε άλλο) και λαμβάνει τις αποφάσεις της πρώτη, τότε έχουμε μια ηγετική επιχείρηση και την επιχείρηση ακόλουθο (follower-επιχείρηση 2). Το υπόδειγμα το οποίο περιγράφει την περίπτωση αυτή ονομάζεται υπόδειγμα Stackelberg. Η ηγετίδα επιχείρηση παίρνει σαν δεδομένη την συνάρτηση αντίδρασης της άλλης επιχείρησης όταν λύνει το πρόβλημα μεγιστοποίησης των εσόδων της. Εάν επιστρέψουμε στην λύση το προβλήματος Cournot θα έχουμε ότι:

$$q_1 = \frac{a - c - bq_2}{2b}, q_2 = \frac{a - c - bq_1}{2b}$$

(ανταγωνισμός ποσοτήτων)

→ Στη μορφή αυτή ολιγοπωλιακού ανταγωνισμού οι επιλογές των επιχειρήσεων είναι ετεροχρονισμένες, δηλαδή γίνονται διαδοχικά, η κάθε επιχείρηση μετά από την άλλη, και όχι ταυτόχρονα.

→ ένας από τους δυο πωλητές έχει προβάδισμα δηλαδή είναι ηγέτης στην επιλογή της ποσότητας.

Καταναλωτές, επιχειρήσεις, ευημερία

ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ-
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΥΗΜΕΡΙΑΣ- ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ

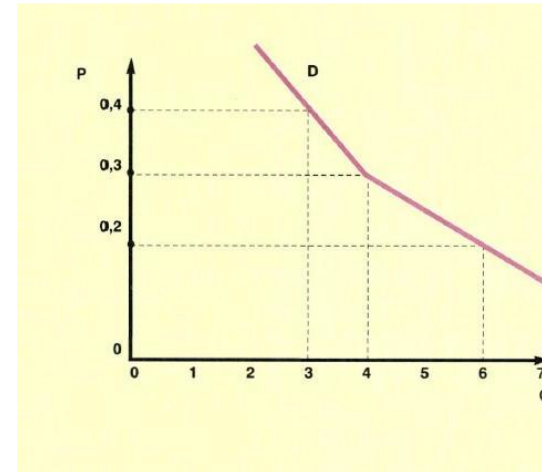
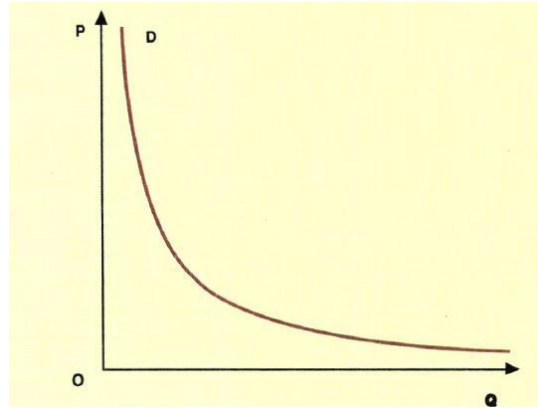
ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ (DEMAND) $Q_d =$ $D_{(P)}$

- Είναι μια ισότητα η όποια συνδέει ,την τιμή με τη ζητούμενη ποσότητα , είναι φθίνουσα δηλαδή όταν αυξάνεται το ένα μέγεθος (τιμή ή η ποσότητα) τότε μειώνεται το άλλο, και ως εκ τούτου η τιμή και η ποσότητα συνδέονται με αρνητική σχέση .Δείχνει την συμπεριφορά του καταναλωτή.
- **Αρνητική σχέση** διότι όταν P χαμηλή υπάρχουν περισσότερα άτομα που βρίσκουν συμφέρουσα την ανταλλαγή χρημάτων με μια μονάδα αγαθού και περισσότερα άτομα βρίσκουν συμφέρουσα την αγορά μεγαλύτερης ποσότητας.
- **Καμπύλη Ζήτησης Καταναλωτή:** Εκφράζει την (αρνητική) σχέση ανάμεσα σε τιμή και ποσότητα του αγαθού x . Το σύνολο των συνδυασμών τιμής και ζητούμενης ποσότητας απαρτίζουν τη ζήτηση .
- Η καμπύλη ζήτησης είναι η γραφική απεικόνιση της συνάρτησης ζήτησης ενός καταναλωτή, μιας ομάδας, δηλαδή μιας αγοράς. Η καμπύλη ζήτησης δείχνει τη σχέση μεταξύ της ζητούμενης ποσότητας(δηλαδή της εξαρτώμενης μεταβλητής) και της μιας από τις ανεξάρτητες.

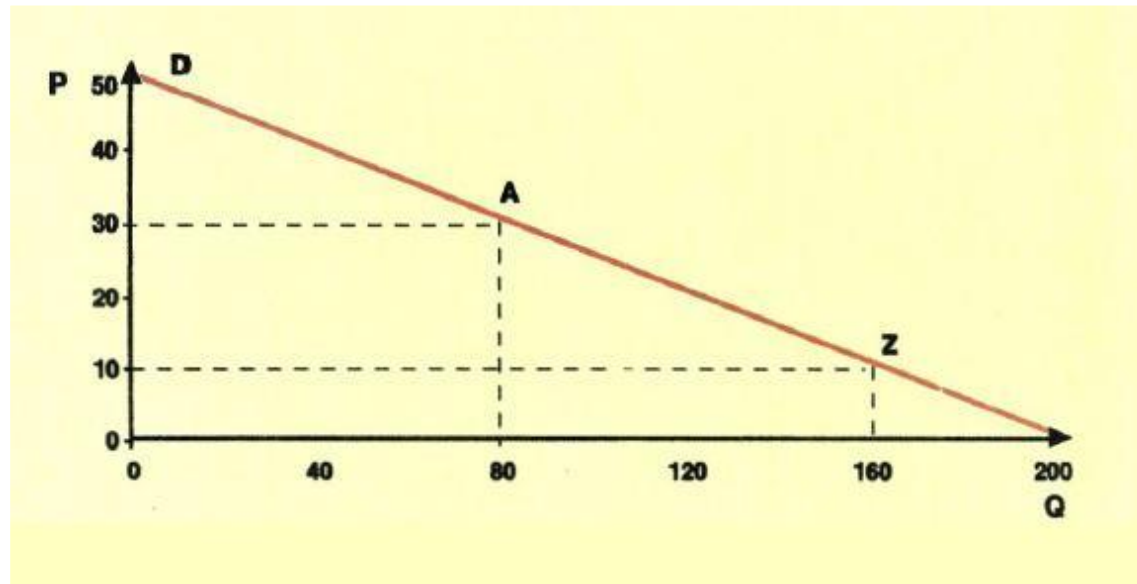
ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

- ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
- ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
- ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
- ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ
- ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ
- ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ (ΑΓΟΡΑΙΑΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ)

Η ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΗΣ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ



- $Q_D = D(P)$
- ΕΑΝ ΕΙΝΑΙ ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΤΟΤΕ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΤΗΣ ΜΟΡΦΗΣ $Q_D = 100 - 2P$ ΔΗΛΑΔΗ $Q_D = \alpha + \beta P$ ΜΕ $\alpha > 0$ και $\beta < 0$
- Μπορεί να μας δίνεται η αντίστροφη συνάρτηση ζήτησης δηλαδή η μορφή $\rightarrow P = 50 - 2Q$



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ

Η ΖΗΤΗΣΗ ΜΕΤΑΒΑΛΕΤΑΙ
ΟΤΑΝ ΑΛΛΑΖΕΙ ΕΝΑΣ
ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΣ
ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΤΗΣ Π.Χ ΤΟ
ΕΙΣΟΔΗΜΑ

ΠΟΣΟΣΤΑ !

ΕΣΤΩ $Q_D = 100 - 2P$ ΚΑΙ ΕΧΟΥΜΕ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ
ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΤΑ 50%

ΤΟΤΕ $Q_T = Q_A + 50\%Q_A \Leftrightarrow Q_T = Q_A + \frac{50}{100}Q_A \Leftrightarrow Q_T =$
 $Q_A + 0,5Q_A \Leftrightarrow$

$Q_T = 1.5Q_A$ ΕΠΟΜΕΝΩΣ $Q_T = 1.5Q_A \Leftrightarrow Q_T = 1.5(100 -$
 $2P) \Leftrightarrow Q_T = 150 - 3P$

ΕΣΤΩ ΜΕΙΩΣΗ ΚΑΤΑ 30%

ΤΟΤΕ $Q_T = Q_A - 30\%Q_A \Leftrightarrow Q_T = Q_A - \frac{30}{100}Q_A \Leftrightarrow Q_T =$
 $Q_A - 0,7Q_A \Leftrightarrow$

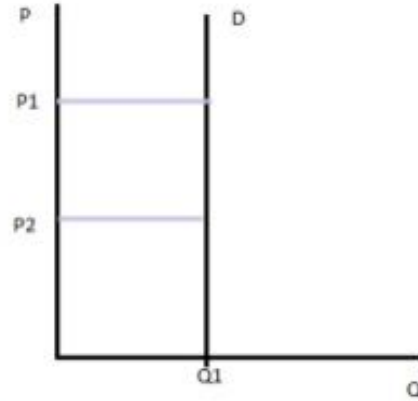
$Q_T = 0,7Q_A$ ΕΠΟΜΕΝΩΣ $Q_T = 0,7Q_A \Leftrightarrow Q_T = 0,7(100 -$
 $2P) \Leftrightarrow Q_T = 70 - 1.4P$

Ελαστική και Ανελαστική Ζήτηση

$$E_D = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$



πλήρως ελαστική ζήτηση
 $E_D \approx \infty$



πλήρως ανελαστική ζήτηση
 $E_D = 0$

ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

- Θα έχουμε ακούσει στην καθημερινότητα μας ότι κάποιο αγαθό έχει **ανελαστική ζήτηση**. Αυτό σημαίνει ότι σε αυτά τα προϊόντα η ζητούμενη ποσότητα δεν επηρεάζεται από τις μεταβολές τις τιμής (ΦΑΡΜΑΚΑ). Χαρακτηριστικό τους είναι ότι οι καμπύλες ζήτησης είναι πιο κατακόρυφες.
- Κατά συνέπεια **ελαστική ζήτηση** είναι το αντίθετο και οι καμπύλες ζήτησης απεικονίζονται διαγραμματικά πιο επίπεδες.

ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ (SUPPLY) $Q_S = S(P)$

- Είναι μια ισότητα η οποία συνδέει ,την τιμή με τη προσφερόμενη ποσότητα Είναι αύξουσα δηλαδή και τα δυο μεγέθη μεταβάλλονται κατά τον ίδιο τρόπο. Δείχνει την συμπεριφορά του παραγωγού. Έχουν θετική σχέση. Η σχέση που συνδέει κάθε δυνατή τιμή και προσφερόμενη ποσότητα προσδιορίζει την προσφορά. Το σύνολο των συνδυασμών τιμής και προσφερόμενης ποσότητας απαρτίζουν την προσφορά
- **Θετική σχέση** διότι σε P χαμηλή αντιστοιχεί μικρή προσφερόμενη ποσότητα καθώς υπάρχει κίνητρο σε επιχειρήσεις να μειώσουν την παραγωγή τους και επιχειρήσεις να εγκαταλείψουν τον κλάδο



Προσφερόμενη ποσότητα

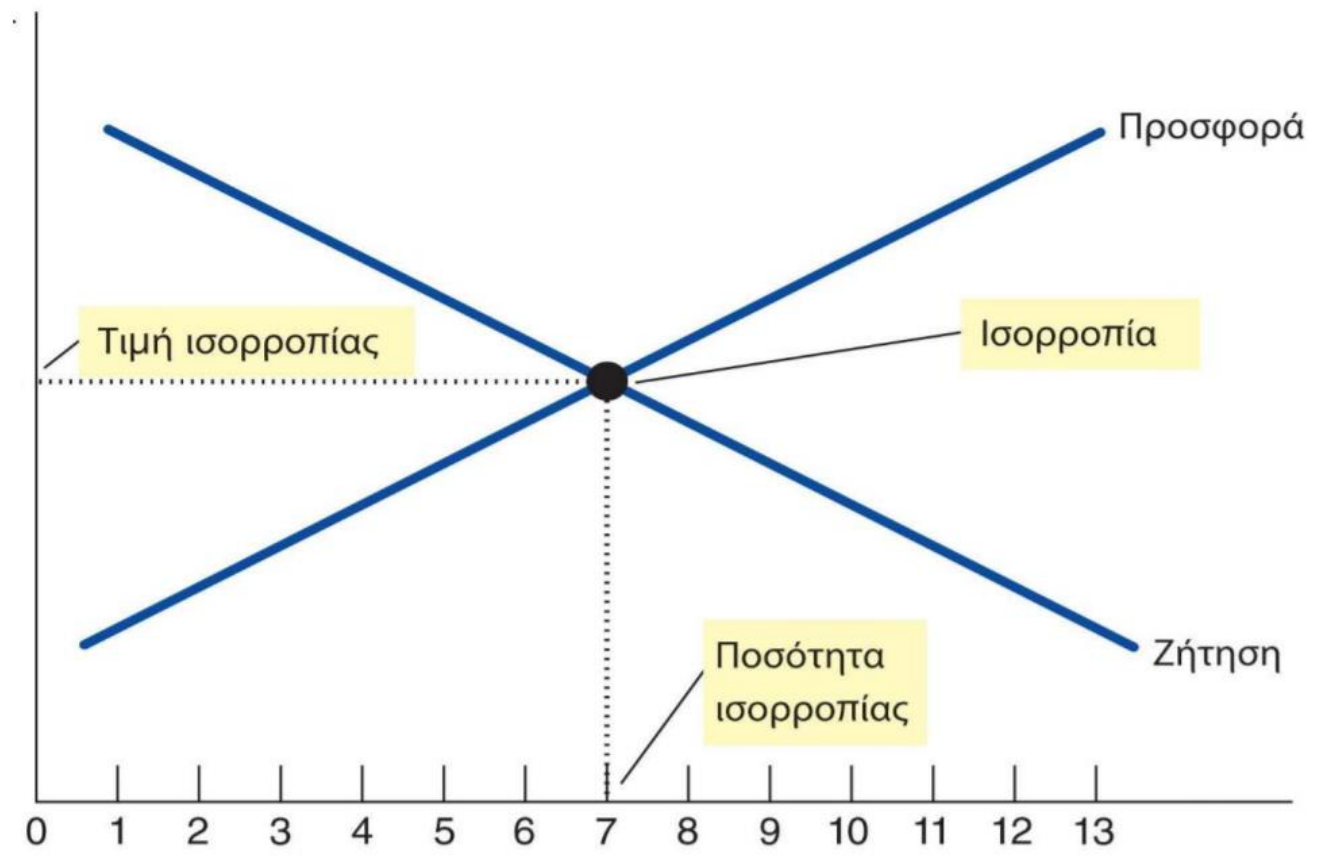
- είναι η **ποσότητα που οι παραγωγοί προσφέρουν σε μια συγκεκριμένη τιμή** (ένα σημείο πάνω στην καμπύλη προσφοράς. Έτσι, λέγοντας μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας, **εννοούμε μετακινήσεις πάνω** στην καμπύλη ζήτησης. Λόγω μεταβολής της τιμής με τους άλλους παράγοντες της προσφοράς σταθερούς.

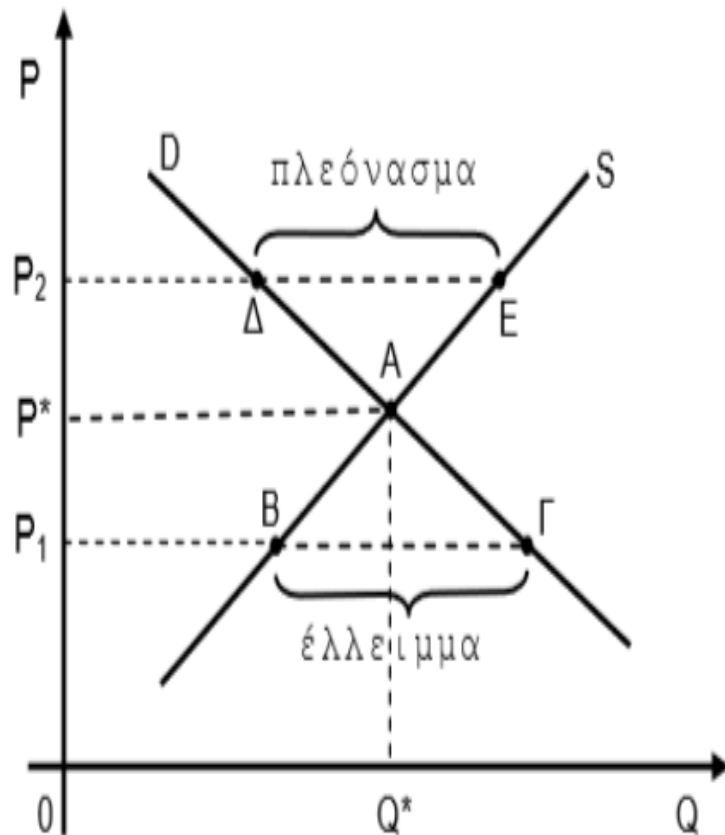
Προσφορά

- είναι ποσότητες που οι παραγωγοί προσφέρουν σε κάθε επίπεδο τιμών (ολόκληρη η καμπύλη προσφοράς) Έτσι λέγοντας μεταβολή της προσφοράς εννοούμε μετατοπίσεις της καμπύλης προσφοράς επειδή οι παραγωγοί στις ίδιες τιμές προσφέρουν διαφορετικές ποσότητες

ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΑΓΑΘΟΥ

- Η αγορά βρίσκεται σε ισορροπία σημαίνει ότι τόσο οι παραγωγοί όσο και οι καταναλωτές **δεν μπορούν να βελτιώσουν περαιτέρω τη θέση τους** μεταβάλλοντας την ποσότητα που προσφέρουν ή ζητούν .
- **Κατάσταση ισορροπίας** : Ονομάζεται η κατάσταση όπου η προσφερόμενη ποσότητα ισούται με την ζητούμενη ποσότητα. Το σημείο σε αυτήν την κατάσταση ονομάζεται σημείο ισορροπίας. Επομένως ισχύει στην κατάσταση ισορροπίας $Q_d = Q_s$ η $P_d = P_s$

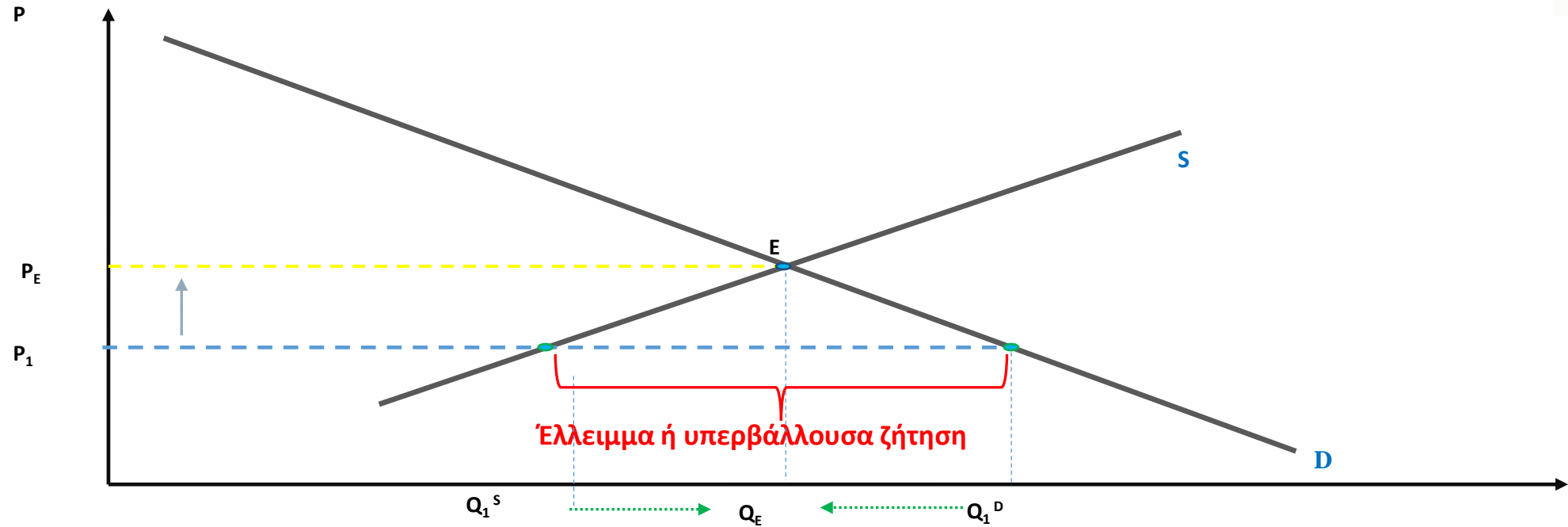




- ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑΣ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΟΥΤΕ ΠΛΕΟΝΑΖΟΥΣΑ ΖΗΤΗΣΗ ΟΥΤΕ ΠΛΕΟΝΑΖΟΥΣΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑ
- ΑΝ Η ΤΙΜΗ ΕΙΝΑΙ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑΣ , Η ΖΗΤΟΥΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΠΟ ΤΗ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΗ ΚΑΙ ΘΑ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΛΛΕΙΨΗ ΤΟΥ ΑΓΑΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ .
- ΕΑΝ Η ΤΙΜΗ ΕΙΝΑΙ ΥΨΗΛΟΤΕΡΗ ΑΠΟ ΤΗ ΤΙΜΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑΣ, Η ΖΗΤΟΥΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΜΙΚΡΟΤΕΡΗ ΑΠΟ ΤΗ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΗ ΚΑΙ ΕΤΣΙ ΘΑ ΈΧΟΥΜΕ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΑΓΑΘΟΥ.

ΑΝΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

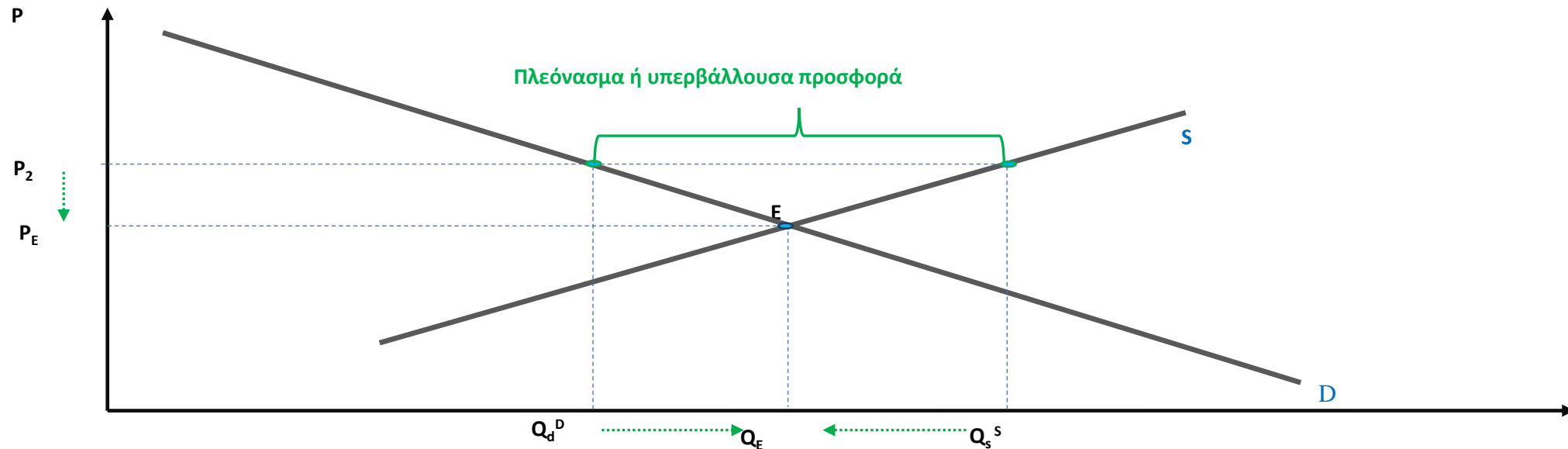
1^η Περίπτωση: Υπερβάλλουσα Ζήτηση



Έστω ότι μειώνεται η τιμή σε p_1 ΤΟΤΕ έχουμε **Υπερβάλλουσα ζήτηση** δηλαδή η ζητούμενη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από τη προσφερόμενη. Είναι $Q_D > Q_S$ («χτυπά» η τιμή P_1 πρώτα την συνάρτηση προσφοράς και μετά την συνάρτηση ζήτησης) δηλαδή $Q_D - Q_S =$ υπερβάλλουσα ζήτηση και να αποκατασταθεί η ισορροπία πρέπει να αυξηθεί η τιμή και επομένως η προσφερόμενη ποσότητα να αυξηθεί και να μειωθεί η ζητούμενη ποσότητα. **Έτσι έχουμε επαναφορά της αγοράς σε ισορροπία.**

ΑΝΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

2^η Περίπτωση: Υπερβάλλουσα Προσφορά



Στην τιμή P_2 που είναι υψηλότερη από τη τιμή ισορροπίας έχουμε υπερβάλλουσα προσφορά ή πλεόνασμα. Ισχύει δηλαδή $Q_S > Q_D \Leftrightarrow Q_S - Q_D = \text{υπερβαλουσα προσφορα}$. Αυτό γιατί στη P_2 «χτυπά πρώτα» την καμπύλη ζήτησης και μετά την καμπύλη προσφοράς. Για να αποκατασταθεί η ισορροπία θα πρέπει να μειωθεί η τιμή ώστε εκ τούτου να αυξηθεί η ζητούμενη ποσότητα ή να μειωθεί η προσφερόμενη ποσότητα.

Έτσι έχουμε επαναφορά της αγοράς σε ισορροπία

Η Ζήτηση των ζαχαρωτών δίνεται από τη σχέση

$Q_D = 1000 - 5P$ και η προσφορά από την σχέση

$Q_S = -500 + 10P$. Για τιμή $P=80$ νομισματικές μονάδες θα παρατηρήσουμε :

- α) πλεόνασμα 400 μονάδων γ) έλλειμα 400 μονάδες
β) πλεόνασμα 300 μονάδων δ) έλλειμα 300 μονάδες

Απάντηση

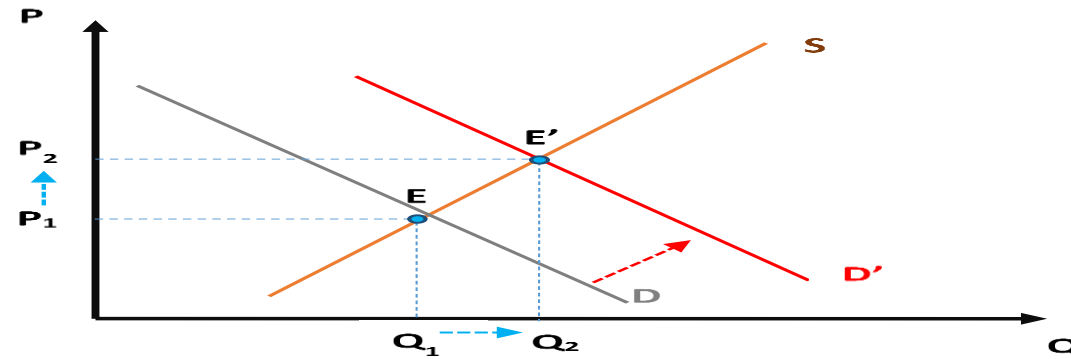
Εφόσον μας δίνεται η τιμή $P=80$ θα πρέπει να δω για αυτή την τιμή αφενός μεν αν είμαι σε ισορροπία αφετέρου δε να βρω την αντίστοιχη ζητούμενη και προσφερόμενη ποσότητα.

Για $P=80$ είναι η ζητούμενη ποσότητα $Q_D = 1000 - 5 * 80 \Leftrightarrow Q_D = 600$ ενώ αντίστοιχα για $P=80$ είναι η προσφερόμενη ποσότητα $Q_S = -500 + 10 * 80 \Leftrightarrow Q_S = 300$

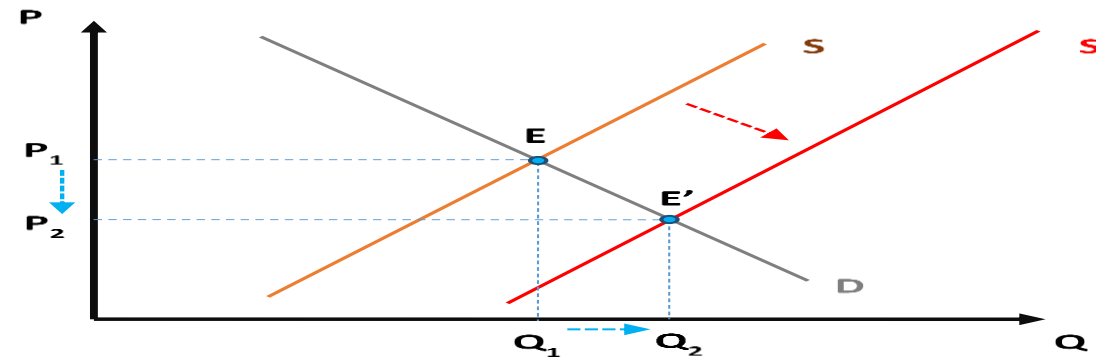
Παρατηρούμε ότι $Q_D > Q_S$ και έχουμε υπερβάλλουσα ζήτηση ή αλλιώς ως ίδια έκφραση Έλλειμμα.

ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑΣ

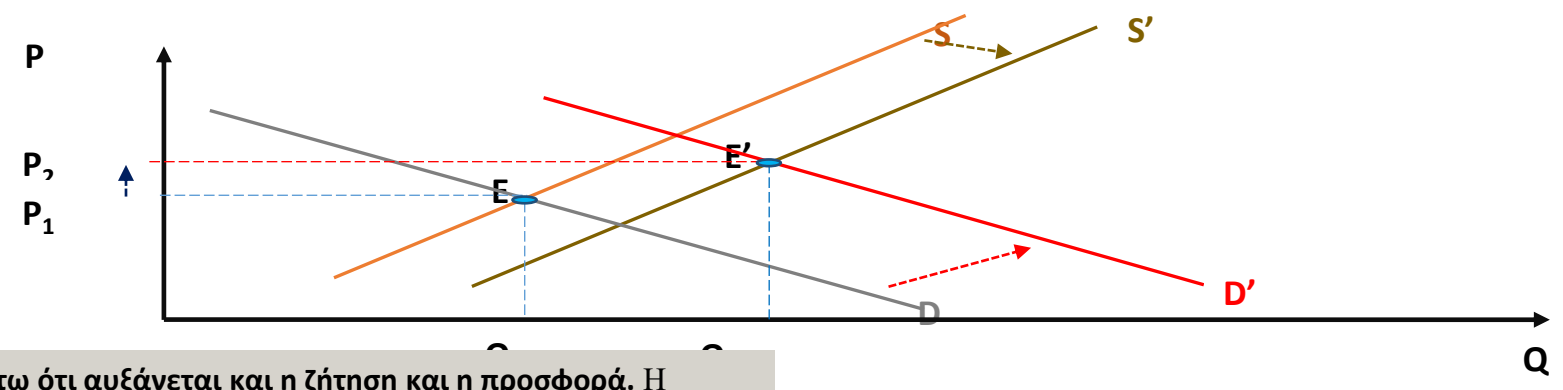
1^η Περίπτωση: Αύξηση της ζήτησης



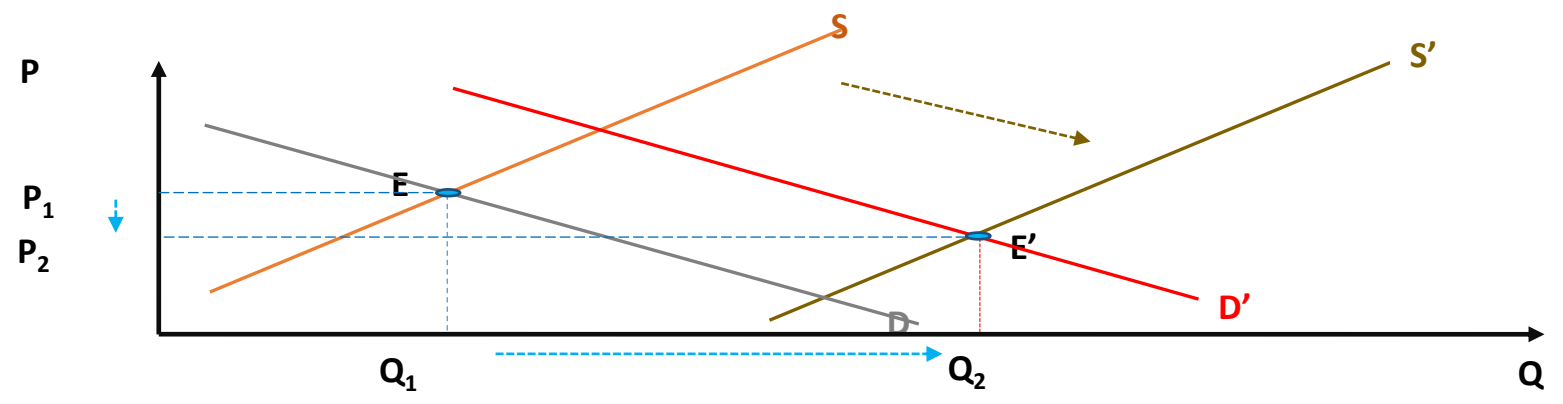
2^η Περίπτωση: Αύξηση της προσφοράς



3^η Περίπτωση: Έστω ότι αυξάνεται και η ζήτηση και η προσφορά. Η αύξηση της ζήτησης είναι μεγαλύτερη από την αύξηση της προσφοράς. Αποτέλεσμα :αύξηση της τιμής και της ποσότητας ισορροπίας.

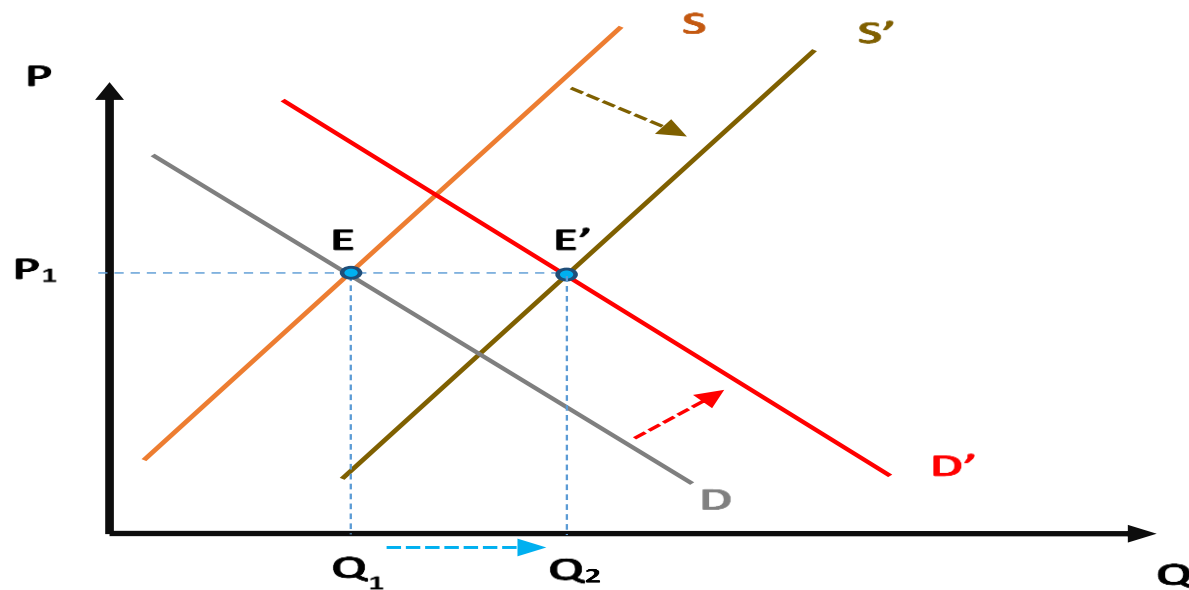


4^η Περίπτωση: Έστω ότι αυξάνεται και η ζήτηση και η προσφορά. Η αύξηση της ζήτησης είναι μικρότερη από την αύξηση της προσφοράς. Αποτέλεσμα :μείωση της τιμής και αύξηση της ποσότητας ισορροπίας



5^η Περίπτωση: Έστω ότι αυξάνεται και η ζήτηση και η προσφορά. Η αύξηση της ζήτησης είναι ίση με την αύξηση της προσφοράς.

Αποτέλεσμα :καμία μεταβολή της τιμής και αύξηση της ποσότητας



Από την ισορροπία στην αγορά καθορίζεται η τιμή και η ποσότητα ισορροπίας η τιμή είναι αυτή που πληρώνει ο καταναλωτής και εισπράττει ο παράγωγος Σε κάθε τιμή ισορροπίας υπάρχουν καταναλωτές που είχαν τη διάθεση να ΠΛΗΡΩΣΟΥΝ ΥΨΗΛΟΤΕΡΗ ΤΙΜΗ για να αποκτήσουν το αγαθό .

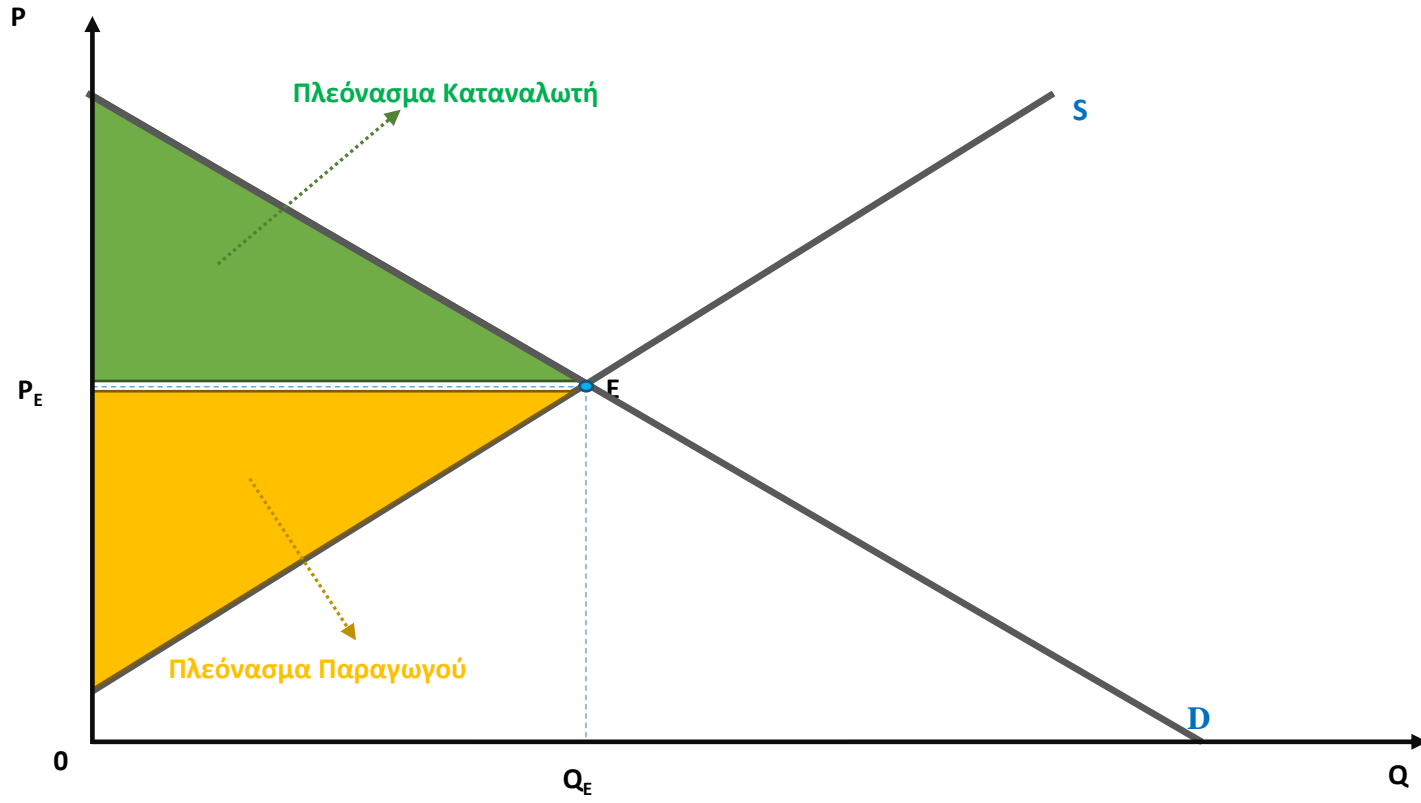
Το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι η διαφορά μεταξύ του συνολικού ποσού που ήταν διατεθειμένοι οι καταναλωτές να πληρώσουν και του ποσού που πληρώνουν ,δεδομένου ότι δεν θα χρειαστεί κάποιοι καταναλωτές να πληρώσουν όσα χρήματα ήταν πρόθυμοι , διότι η τιμή ισορροπίας είναι κοινή για όλους.

Το πλεόνασμα του παραγωγού είναι η διαφορά μεταξύ του συνολικού πόσου που εισπράττουν οι παραγωγοί και του ποσού που ήταν διατεθειμένοι να εισπράξουν προκειμένου να προσφέρουν κάθε ποσότητα παραγωγής.

Επιπλεον ορισμός Το πλεόνασμα του καταναλωτή CS είναι η αξία σε χρηματικές μονάδες που υπολογίζονται από το εμβαδόν πάνω από την αγοραία τιμή και κάτω από την καμπύλη ζήτησης .

Το πλεόνασμα του παραγωγού PS είναι η αξία σε χρηματικές μονάδες που δημιουργείται από τον κάθετο άξονα στο ύψος κάποιας τιμής και κάτω από την καμπύλη προσφοράς.

Πλεόνασμα Καταναλωτή και Πλεόνασμα Παραγωγού



$$CS = \text{Πλεόνασμα του καταναλωτή} = \frac{\beta * v}{2}$$

$$PS = \text{Πλεόνασμα του καταναλωτή} = \frac{\beta * v}{2}$$

- Όσο πιο ανελαστική είναι η καμπύλη ζήτηση τόσο μεγαλώνει το πλεόνασμα του καταναλωτή, Όσο μεγαλώνει η τιμή τόσο μειώνεται το πλεόνασμα του καταναλωτή.

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ SUPER SOS

- Το πλεόνασμα του καταναλωτή αυξάνεται όταν μειώνεται η τιμή ισορροπίας.
- Το πλεόνασμα του παραγωγού αυξάνεται όταν αυξάνεται η τιμή ισορροπίας.
- Το άθροισμα των 2 πλεονασμάτων είναι μέγιστο στην τιμή ισορροπίας. σε οποιασδήποτε άλλη τιμή το άθροισμα είναι μικρότερο .
- Το άθροισμα των δυο πλεονασμάτων χρησιμοποιείται ως ένα μέτρο ευημερίας σε μια οικονομία.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Έστω ότι η συνάρτηση ζήτησης είναι $Q_D = 100 - 2P$ και η συνάρτηση προσφοράς είναι $Q_S = -50 + 2P$. Να βρεθούν η τιμή και η ποσότητα ισορροπίας καθώς και το πλεόνασμα του καταναλωτή CS και το πλεόνασμα του παραγωγού PS

Λύση ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ .

ΒΗΜΑ 1

Στην ισορροπία ισχύει $Q_d = Q_S$ ή $P_d = P_S$ επομένως θα εξισώσω τις δυο συναρτήσεις μου .

$Q_d = Q_S \Leftrightarrow 100 - 2P = -50 + 2P \Leftrightarrow 4P = 150 \Leftrightarrow P = 37,5$ όπου αυτή η τιμή είναι η τιμή ισορροπίας

Αντικαθιστώ σε μια από τις 2 συναρτήσεις μου (όποια θέλω για να βρω την ποσότητα ισορροπίας).

Τότε για $P = 37,5$ $Q_D = 100 - 2P \Leftrightarrow Q_D = 100 - 2 * 37,5 \Leftrightarrow Q = 25$

Επομένως στην ισορροπία θα έχω τιμή ισορροπίας $P = 37,5$

Και ποσότητα ισορροπίας $Q = 25$

ΕΥΡΕΣΗ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Βήμα 2 Εύρεση Σημείου Α καμπύλης ζήτησης

Αφορά την καμπύλη ζήτησης του σχήματος.

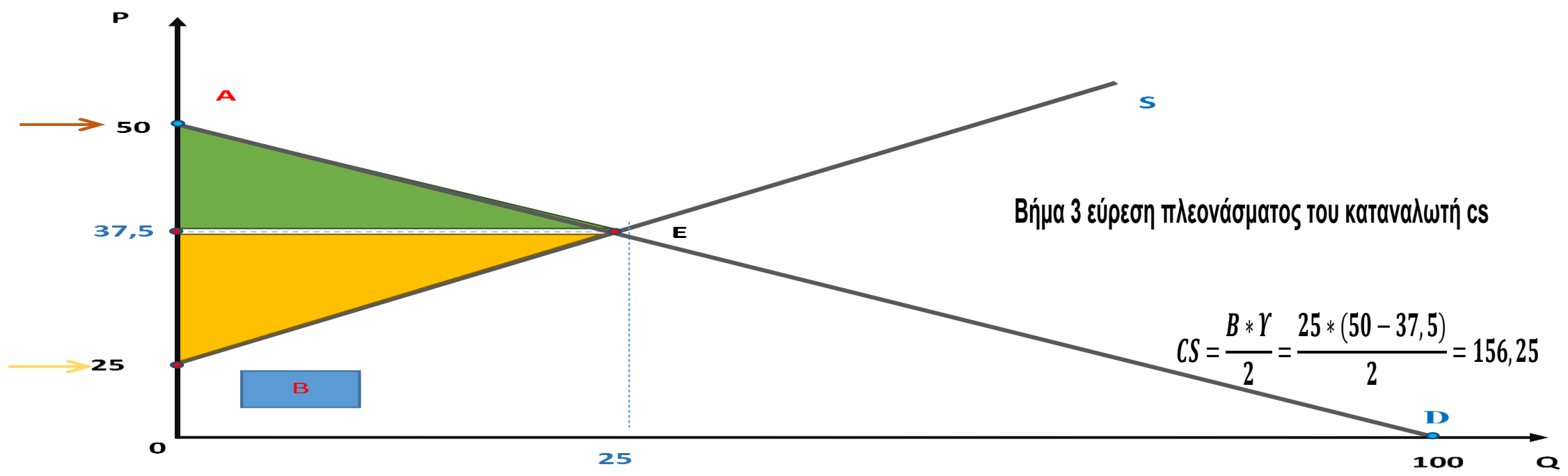
Το σημείο Α θα πρέπει να γνωρίζω ποιο (αριθμητικά) είναι ώστε να μπορέσω να κάνω χρήση του τύπου του πλεονάσματος του καταναλωτή.

Το σημείο Α είναι σημείο της καμπύλης ζήτησης για

$$Q = 0 \Leftrightarrow 100 - 2P = 0 \Leftrightarrow 2P = 100 \Leftrightarrow P = 50$$

A

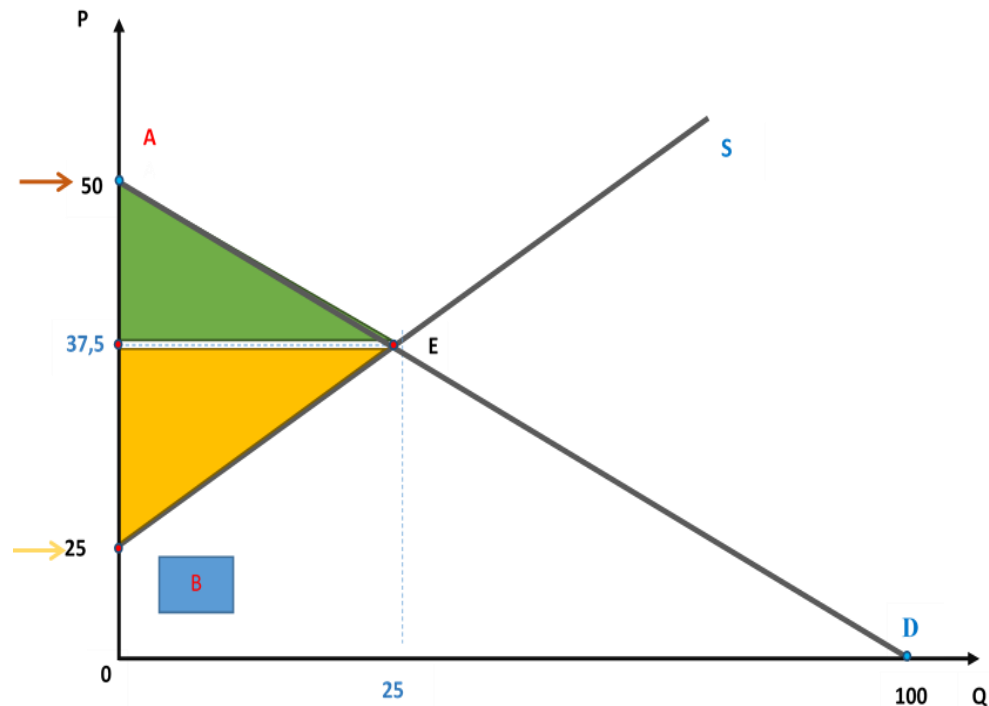
Πλεόνασμα Καταναλωτή και Πλεόνασμα Παραγωγού



Βήμα 3 εύρεση πλεονάσματος του καταναλωτή CS

$$CS = \frac{B * Y}{2} = \frac{25 * (50 - 37,5)}{2} = 156,25$$

A Πλεόνασμα Καταναλωτή και Πλεόνασμα Παραγωγού



ΕΥΡΕΣΗ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ

ΕΥΡΕΣΗ ΣΗΜΕΙΟΥ B

Το σημείο B είναι σημείο της καμπύλης προσφοράς επομένως για να το βρω αρκεί να :

για $Q = 0$ να αντικαταστήσω στη συνάρτηση προσφοράς τότε

$$0 = -50 + 2P \Leftrightarrow 2P = 50 \Leftrightarrow P = 25$$

ΕΥΡΕΣΗ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ

$$PS = \frac{B * Y}{2} = \frac{25 * (37,5 - 25)}{2} = 156,26$$

ΣΟΣ ΣΤΗΝ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΙΔΙΑ ΤΙΜΗ ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ.

Η θεωρία του καταναλωτή



- Κατανόηση των εννοιών του **εισοδηματικού περιορισμού** και των προτιμήσεων.
- Παρουσίαση **καμπυλών αδιαφορίας** μεγιστοποίησης χρησιμότητας καταναλωτή.
- Παρουσίαση προσαρμογής σε **μεταβολές του εισοδήματος και των τιμών**.
- **Εξαγωγή καμπυλών ζήτησης.**



Τέσσερα σημαντικά στοιχεία:

1. Το εισόδημα του καταναλωτή.
2. Οι τιμές των αγαθών.
3. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών.
4. Η υπόθεση ότι ο καταναλωτής λαμβάνει αποφάσεις που μεγιστοποιούν την ικανοποίησή του.

Ο εισοδηματικός περιορισμός

Εισόδημα και τιμές από κοινού καθορίζουν τους συνδυασμούς των αγαθών που είναι εφικτοί στον καταναλωτή.

ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ: Όχι αποταμιεύσεις και ΜΟΝΟ ΔΥΟ ΑΓΑΘΑ

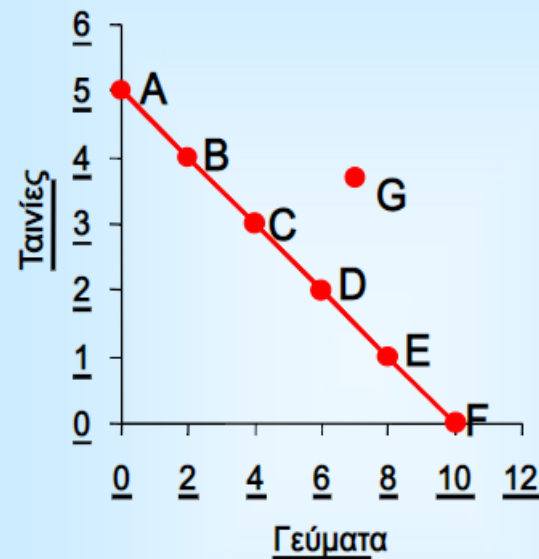
- Ο εισοδηματικός περιορισμός (ή γραμμή εισοδήματος - budget constraint) δείχνει τους διαφορετικούς συνδυασμούς αγαθών που μπορεί να αγοράσει ο καταναλωτής

$$(M = P_X Q_X + P_Y Q_Y).$$

- Επομένως, η γραμμή του εισοδηματικού περιορισμού ξεχωρίζει το σύνολο των εφικτών από το σύνολο των ανέφικτων επιλογών.

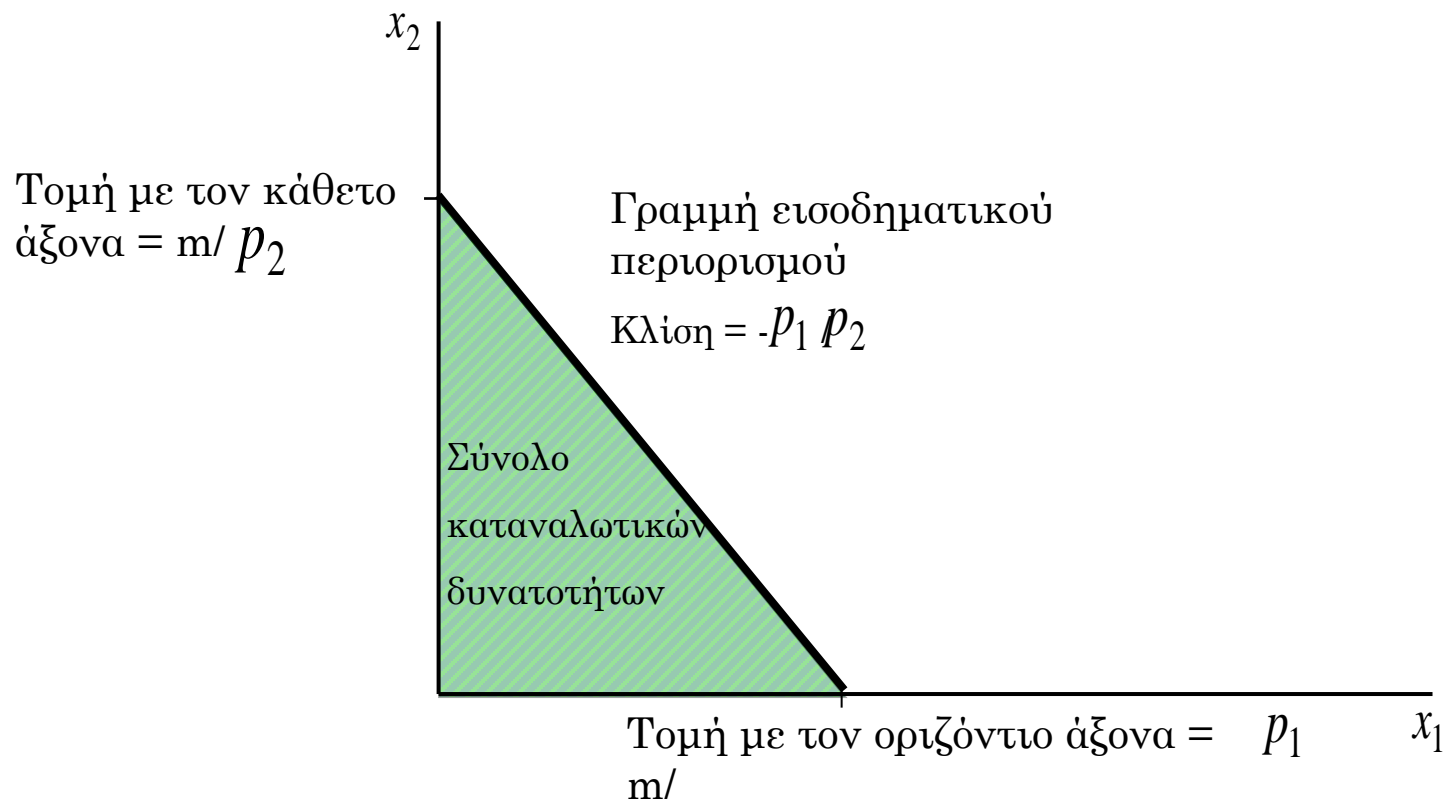
Έστω ένας σπουδαστής με εισόδημα £50, το οποίο μπορεί να δαπανηθεί για ταινίες και γεύματα.

- ◆ Το εισόδημα και οι τιμές καθορίζουν τους συνδυασμούς των δύο αγαθών που είναι σε θέση να αγοράσει ο καταναλωτής.
- ◆ Η γραμμή εισοδηματικού περιορισμού διαχωρίζει τους εφικτούς από τους μη εφικτούς συνδυασμούς.

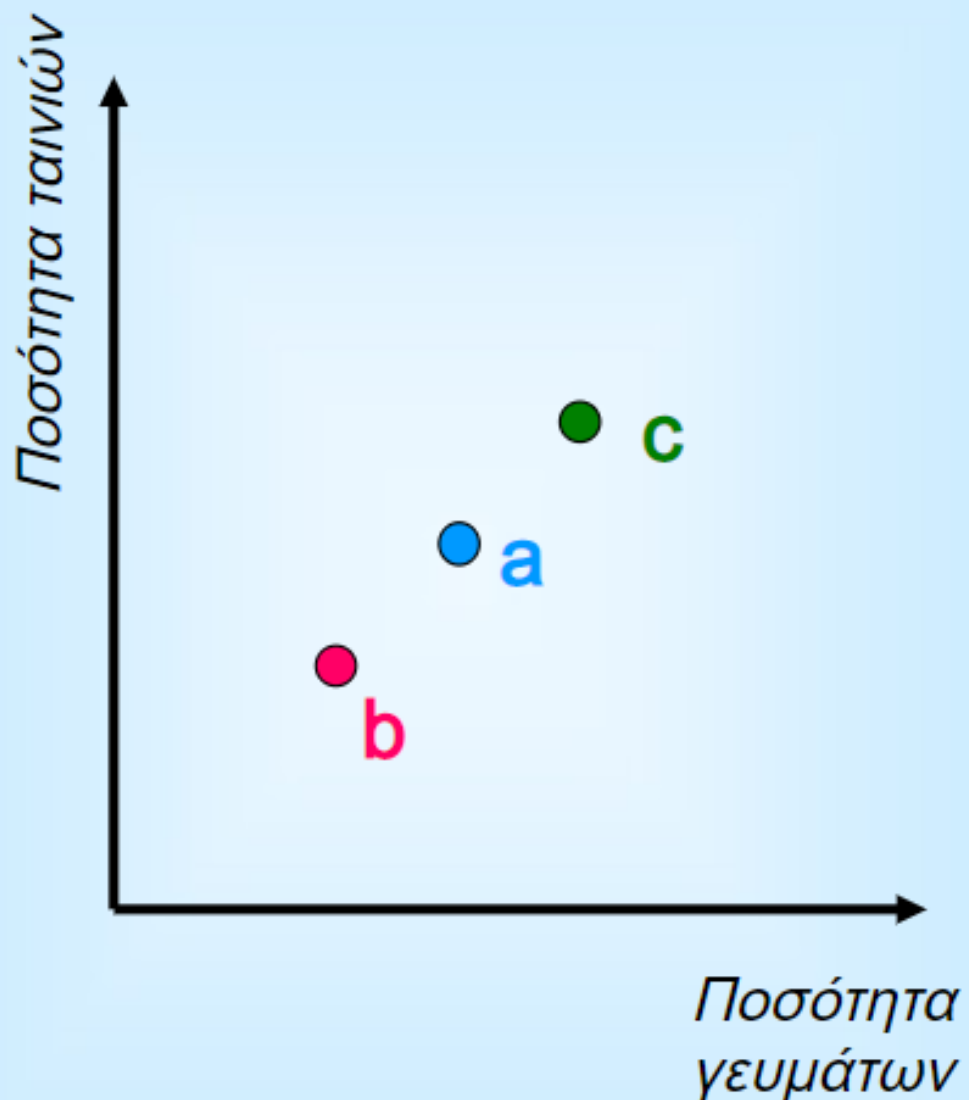


Η τιμή των γευμάτων είναι £5,
η τιμή των ταινιών είναι £10.

Ο εισοδηματικός περιορισμός



- Σημεία τομής με τους άξονες:
 - Μέγιστες δυνατές καταναλώσεις Q_X , Q_Y .
 - $Q_Y = M/P_Y$ και $Q_X = M/P_X$.
- **Κλίση του εισοδηματικού περιορισμού:** Πόσες μονάδες του ενός αγαθού πρέπει να θυσιάστούν προκειμένου να αγοραστεί μία επιπλέον μονάδα του άλλου αγαθού.
 - $Q_Y = M/P_Y - (P_X/P_Y) \cdot Q_X$.
- Εξαρτάται μόνο από το λόγο τιμών των δύο αγαθών: $-(P_X/P_Y)$.



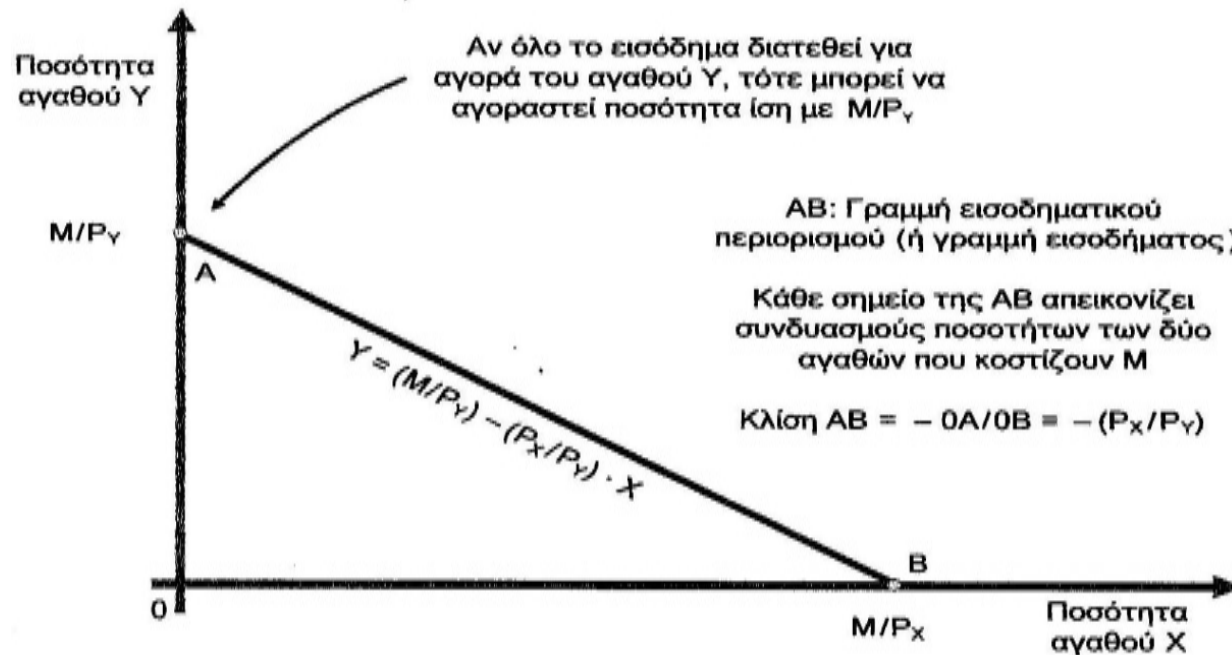
- ◆ Υποθέτει ότι ο καταναλωτής προτιμάει το περισσότερο από το λιγότερο.
- ◆ Σε σχέση με το σημείο a:
 - ο καταναλωτής θα προτιμούσε να βρίσκεται προς τα βορειοανατολικά, π.χ. στο c.
 - αλλά προτιμάει το a από σημεία όπως το b που βρίσκονται προς τα νοτιοδυτικά.

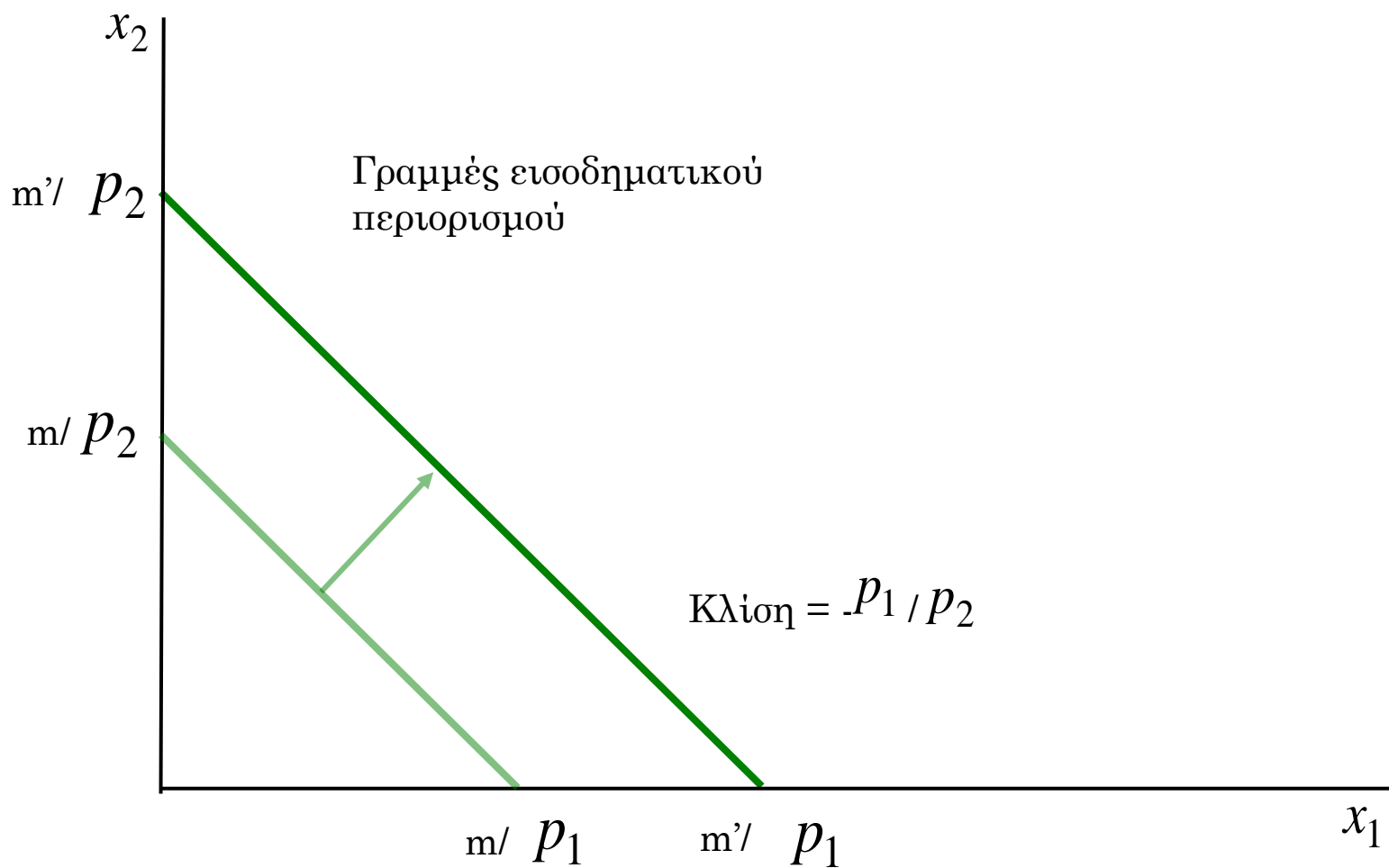
Προτιμήσεις των καταναλωτών

• Τρεις βασικές υποθέσεις:

- Ο καταναλωτής μπορεί να κατατάξει όλους τους συνδυασμούς αγαθών ανάλογα με τη χρησιμότητα (utility) που αντλεί από αυτούς.
- Ο καταναλωτής προτιμά τη μεγαλύτερη από τη μικρότερη ποσότητα (μη κορεσμός κατανάλωσης).
- Μεταβατικότητα των προτιμήσεων: Α προτιμότερο του Β & Β προτιμότερο του Γ και Α προτιμότερο του Γ.

Ο εισοδηματικός περιορισμός

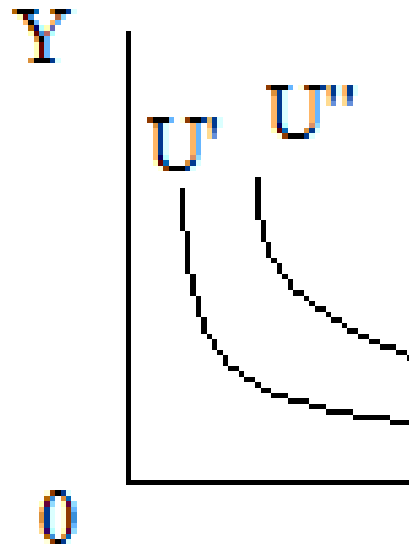
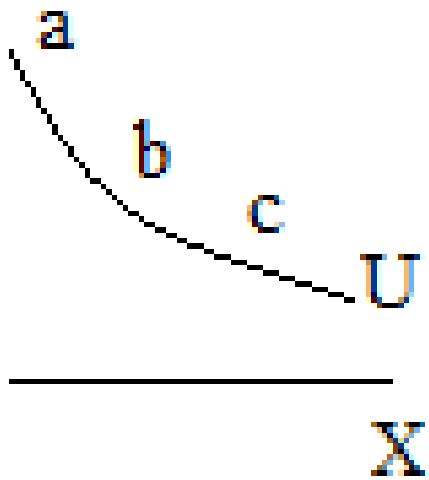






- Ο οριακός λόγος υποκατάστασης (marginal rate of substitution) του αγαθού X με το αγαθό Y **ισούται με τον αριθμό των μονάδων του αγαθού X που πρέπει να θυσιάσει ο καταναλωτής για να αυξήσει την κατανάλωσή του του αγαθού Y κατά μία μονάδα**, χωρίς να μεταβληθεί η συνολική του χρησιμότητα.
- $ΟΛΥ = (dU/dY)/(dU/dX)$.
- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών παρουσιάζουν φθίνοντα οριακό λόγο υποκατάστασης (τέταρτη υπόθεση).

Καμπύλες αδιαφορίας

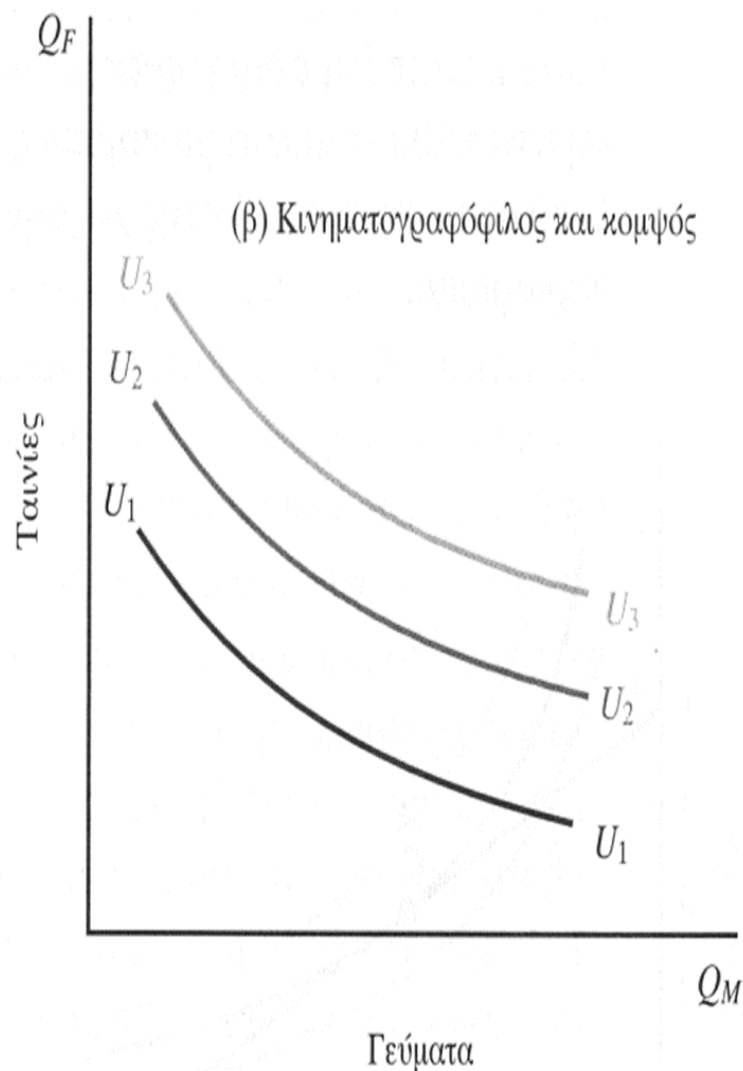
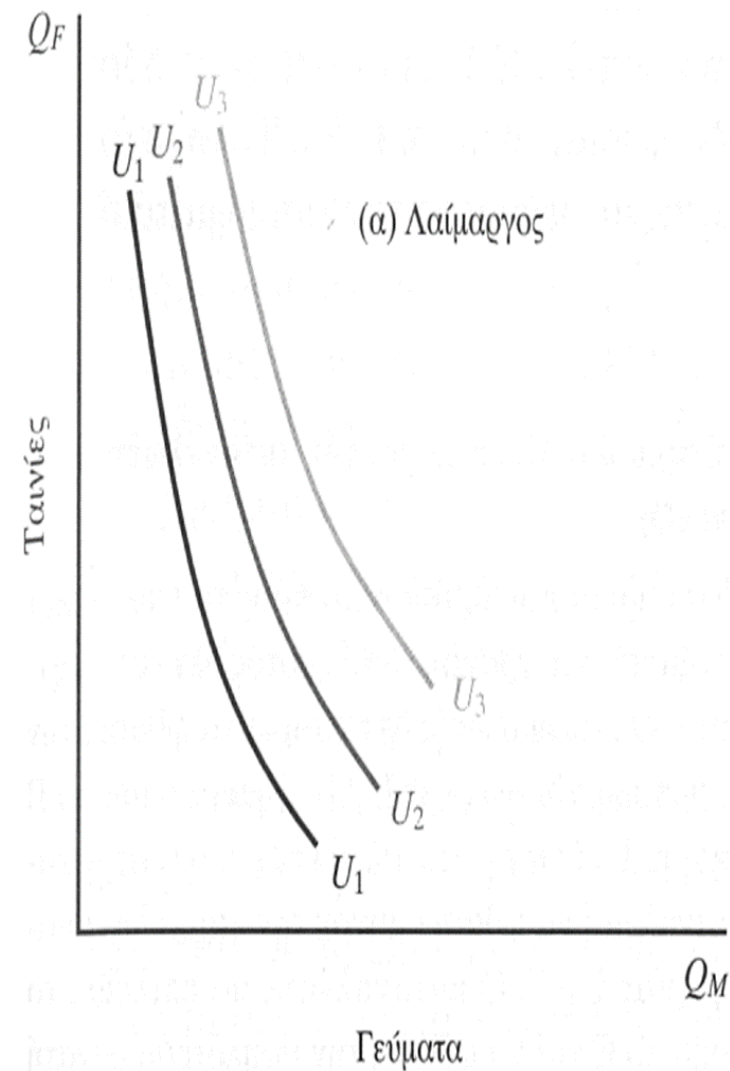


1
Οι καμπύλες αδιαφορίας (indifference curves) δείχνουν όλους τους συνδυασμούς κατανάλωσης από τους οποίους αντλείται η ίδια χρησιμότητα (γεωμετρικός τύπος).

2
Σύμφωνα με τις υποθέσεις για τη συμπεριφορά του καταναλωτή, οι καμπύλες αδιαφορίας έχουν αρνητική κλίση και η κλίση τους γίνεται ολοένα και πιο οριζόντια καθώς κινούμαστε προς τα δεξιά.

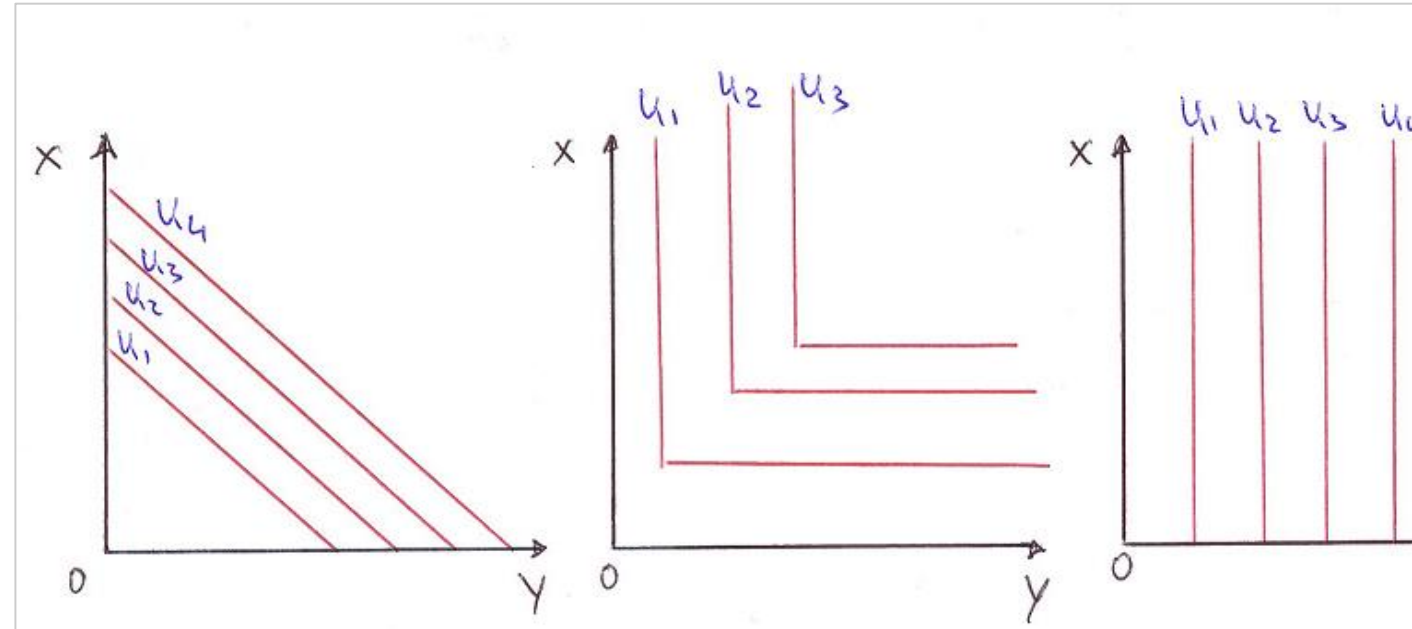
3
Είναι κοίλες προς την αρχή των αξόνων.

Ιδιότητες καμπυλών αδιαφορίας (1 από 2)

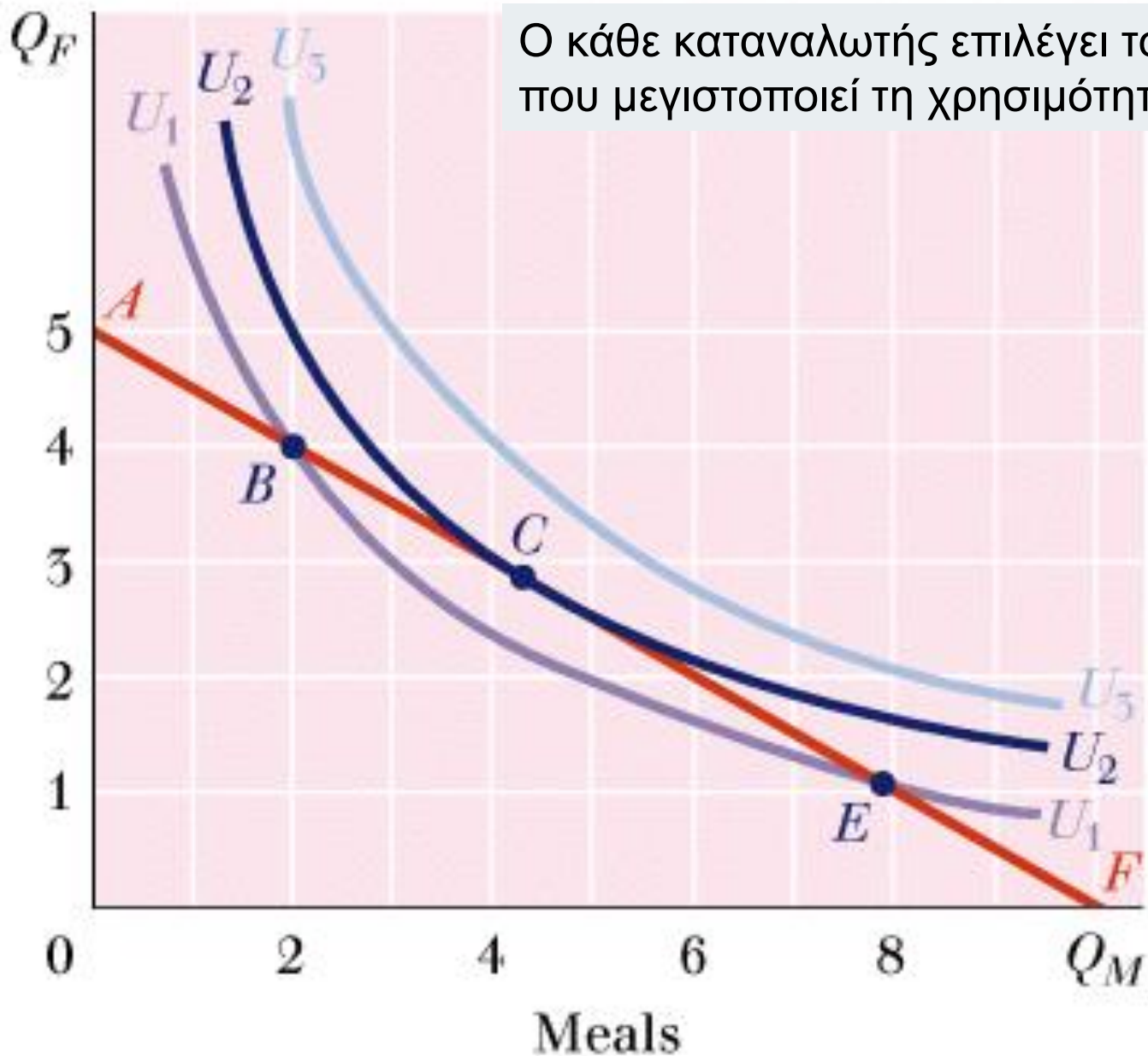


- Από κάθε σημείο περνάει μία καμπύλη αδιαφορίας (Οι καμπύλες αδιαφορίας είναι “παντού πυκνές” – χάρτης καμπυλών αδιαφορίας).
- Οι καμπύλες αδιαφορίας **δεν τέμνονται και δεν εφάπτονται**.
- Όσο **υψηλότερη η καμπύλη αδιαφορίας** (πάνω δεξιά) στην οποία βρίσκεται ένας συνδυασμός αγαθών, τόσο **υψηλότερο το επίπεδο χρησιμότητάς του**.

Ειδικές περιπτώσεις καμπυλών αδιαφορίας



- Τέλεια υποκατάστατα,
- τελείως συμπληρωματικά αγαθά και
- λεξικογραφικές προτιμήσεις. .

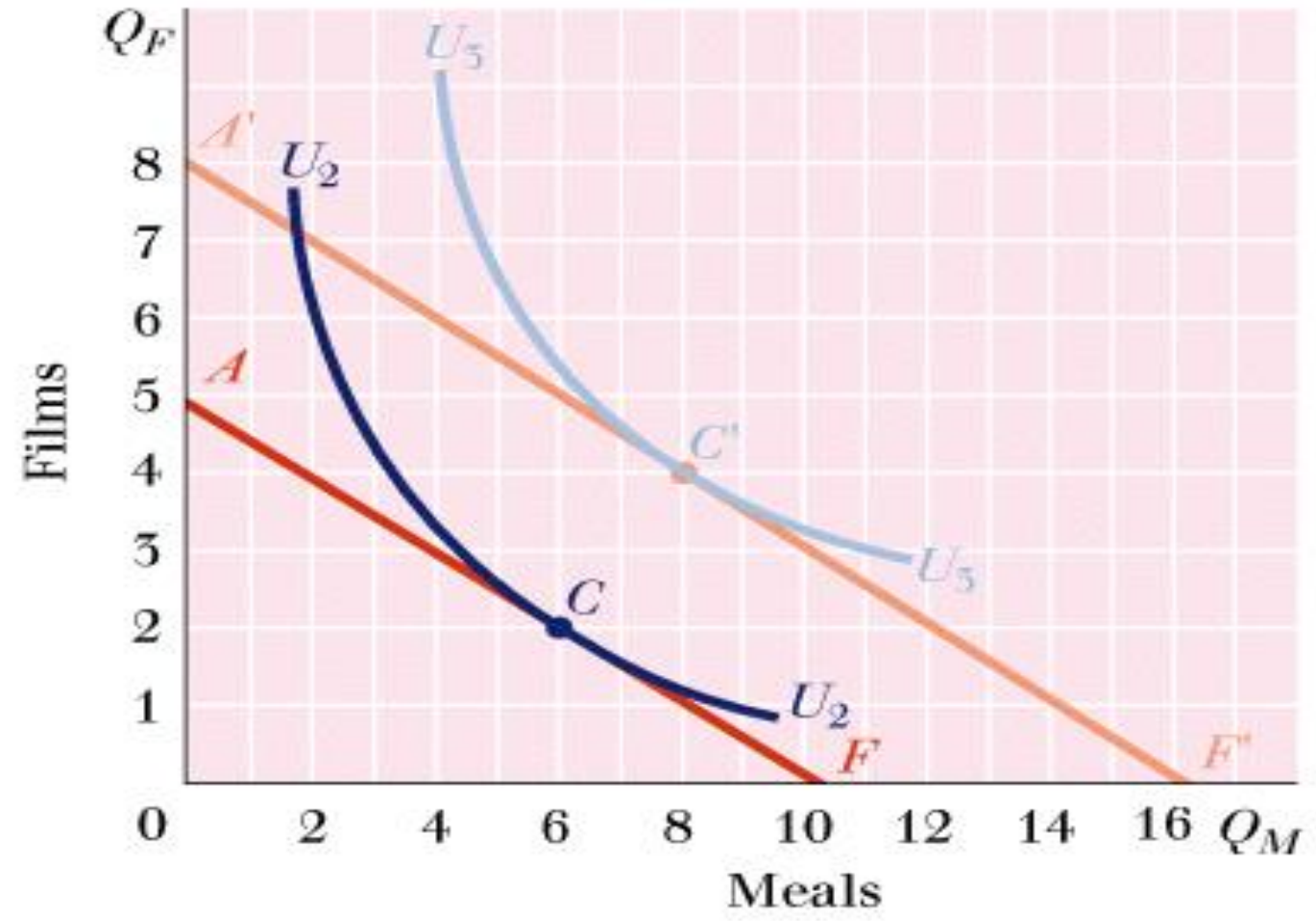


Μεγιστοποίηση
η
χρησιμότητας

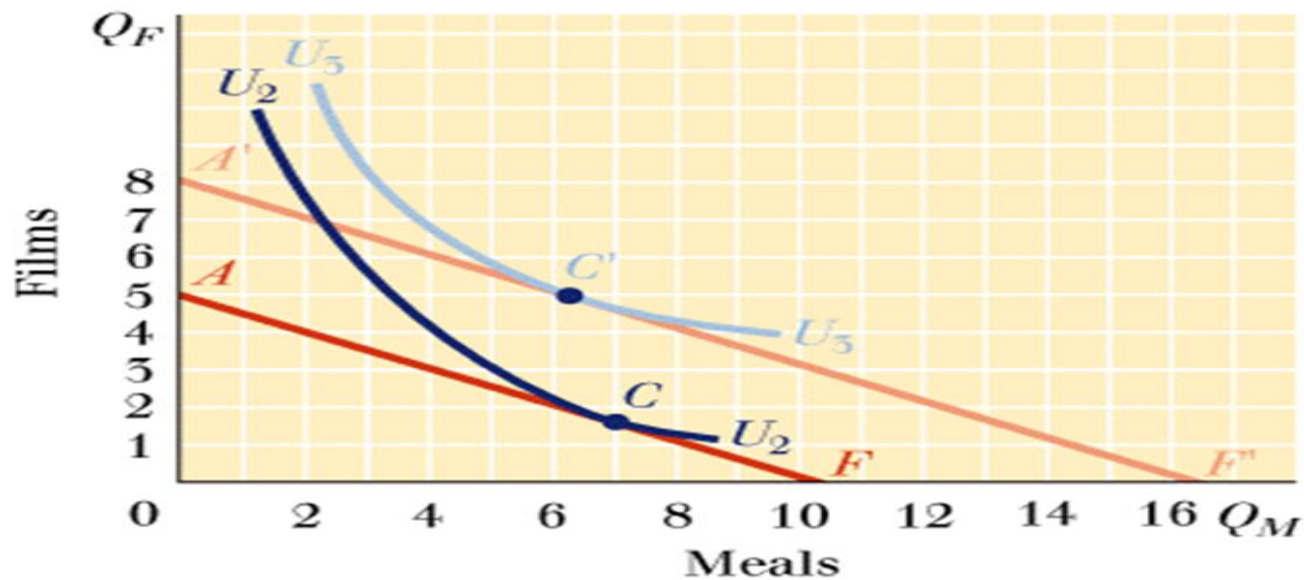
- Στο άριστο σημείο ο εισοδηματικός περιορισμός εφάπτεται με μία καμπύλη αδιαφορίας.
- Στο άριστο σημείο η κλίση της καμπύλης αδιαφορίας ισούται με την κλίση του εισοδηματικού περιορισμού.
- Επομένως, στο **άριστο σημείο** ο **λόγος τιμών των αγαθών ισούται με τον οριακό λόγο υποκατάστασης του καταναλωτή**.
- Εφόσον ο λόγος τιμών είναι ο ίδιος για όλους τους καταναλωτές, στο άριστο σημείο επέρχεται εξίσωση των οριακών λόγων υποκατάστασης όλων των καταναλωτών.

Τα άριστα σημεία δύο καταναλωτών που έχουν διαφορετικές προτιμήσεις αλλά αντιμετωπίζουν τον ίδιο εισοδηματικό περιορισμό διαφέρουν.

- Επιπτώσεις μεταβολής του εισοδήματος στον εισοδηματικό περιορισμό: παράλληλη μετατόπιση (χωρίς αλλαγή της κλίσης).
- Από $Q_Y = M/P_Y - (P_X/P_Y)Q_X$ σε $Q_Y = M'/P_Y - (P_X/P_Y)Q_X$.

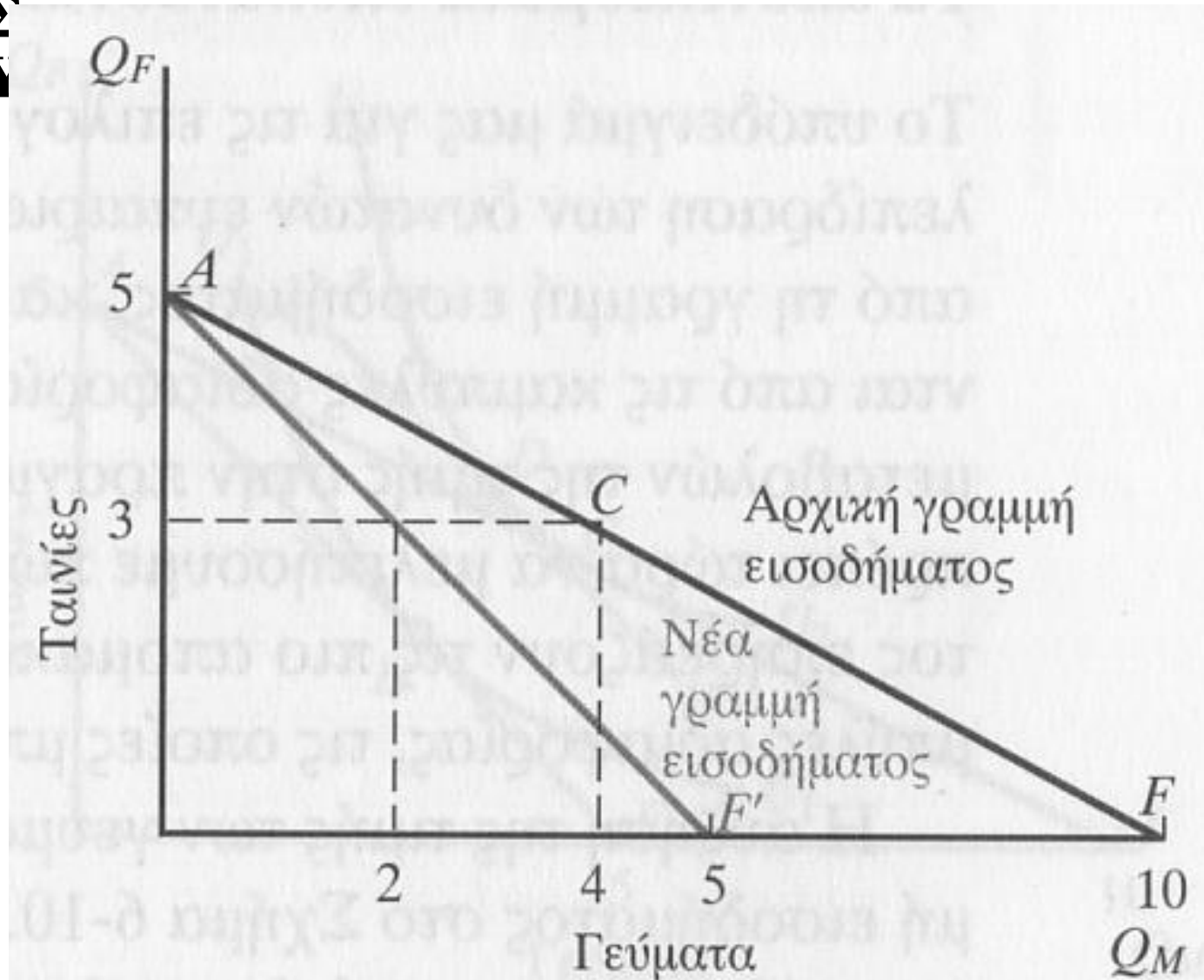


Προσαρμογή στις μεταβολές του εισοδήματος

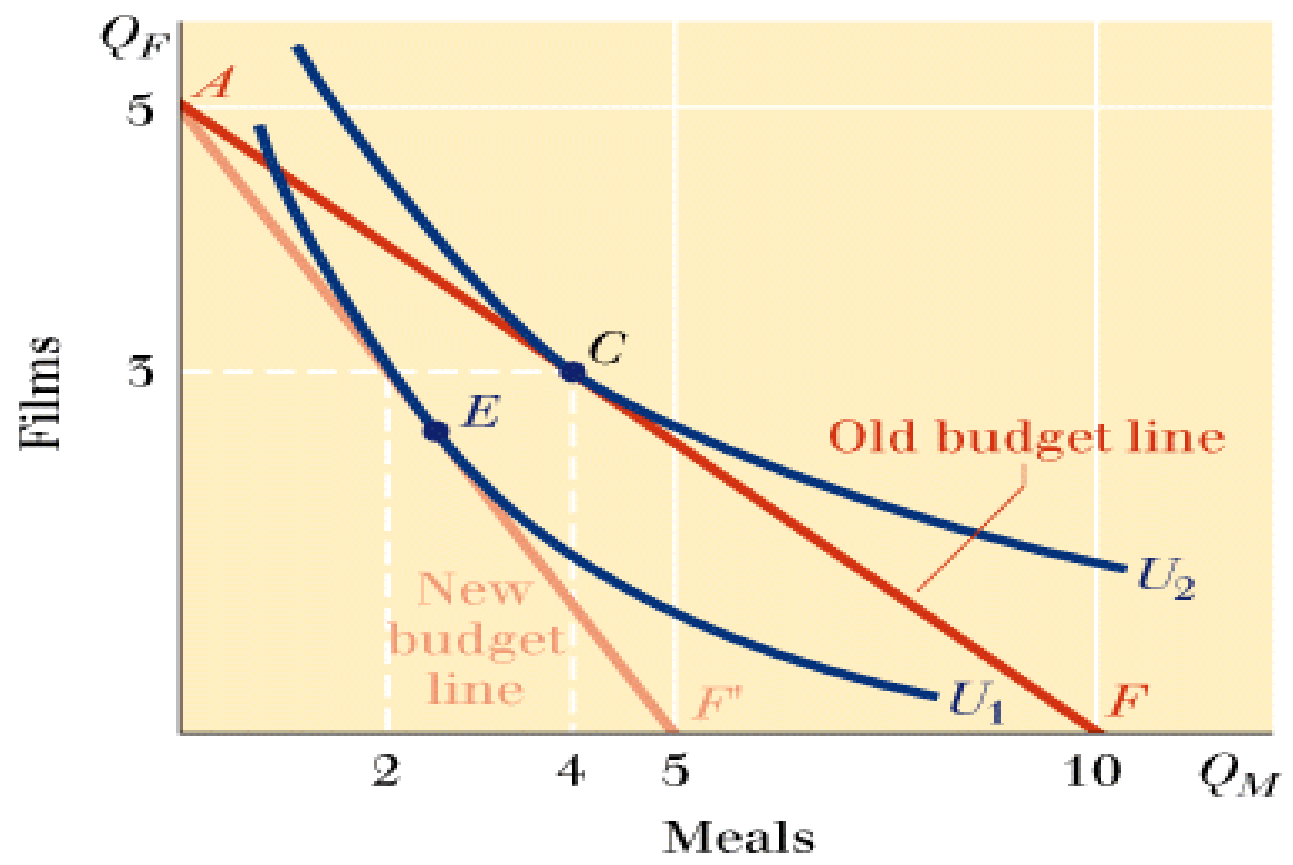


- Ένα κανονικό και ένα κατώτερο αγαθό.

ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΕΝΟΣ ΑΓΑΘΟΥ



ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΕΝΟΣ ΑΓΑΘΟΥ





- **Συνέπειες της μεταβολής της τιμής του αγαθού:**

- Μεταβολή των σχετικών τιμών των αγαθών.
- Μεταβολή της πραγματικής αγοραστικής δύναμης του καταναλωτή.
- Αποτελέσματα: “Υποκατάστασης” και “Εισοδηματικό”, αντιστοίχως.
- Συνολικό αποτέλεσμα: Το άθροισμα των δύο αυτών αποτελεσμάτων.

Προσαρμογή στη μεταβολή της τιμής ενός αγαθού

- Το αποτέλεσμα υποκατάστασης (substitution effect) είναι πάντοτε αντίθετο προς τη μεταβολή της τιμής, δηλαδή αρνητικό.
- Αποφεύγουμε τα αγαθά που γίνονται σχετικά ακριβότερα.
- Το εισοδηματικό αποτέλεσμα (income effect) εξαρτάται από το είδος του αγαθού (κανονικό ή κατώτερο).
- Κανονικό, μείωση πραγματικού εισοδήματος, αρνητικό αποτέλεσμα.
- Κατώτερο, μείωση πραγματικού εισοδήματος, θετικό αποτέλεσμα.

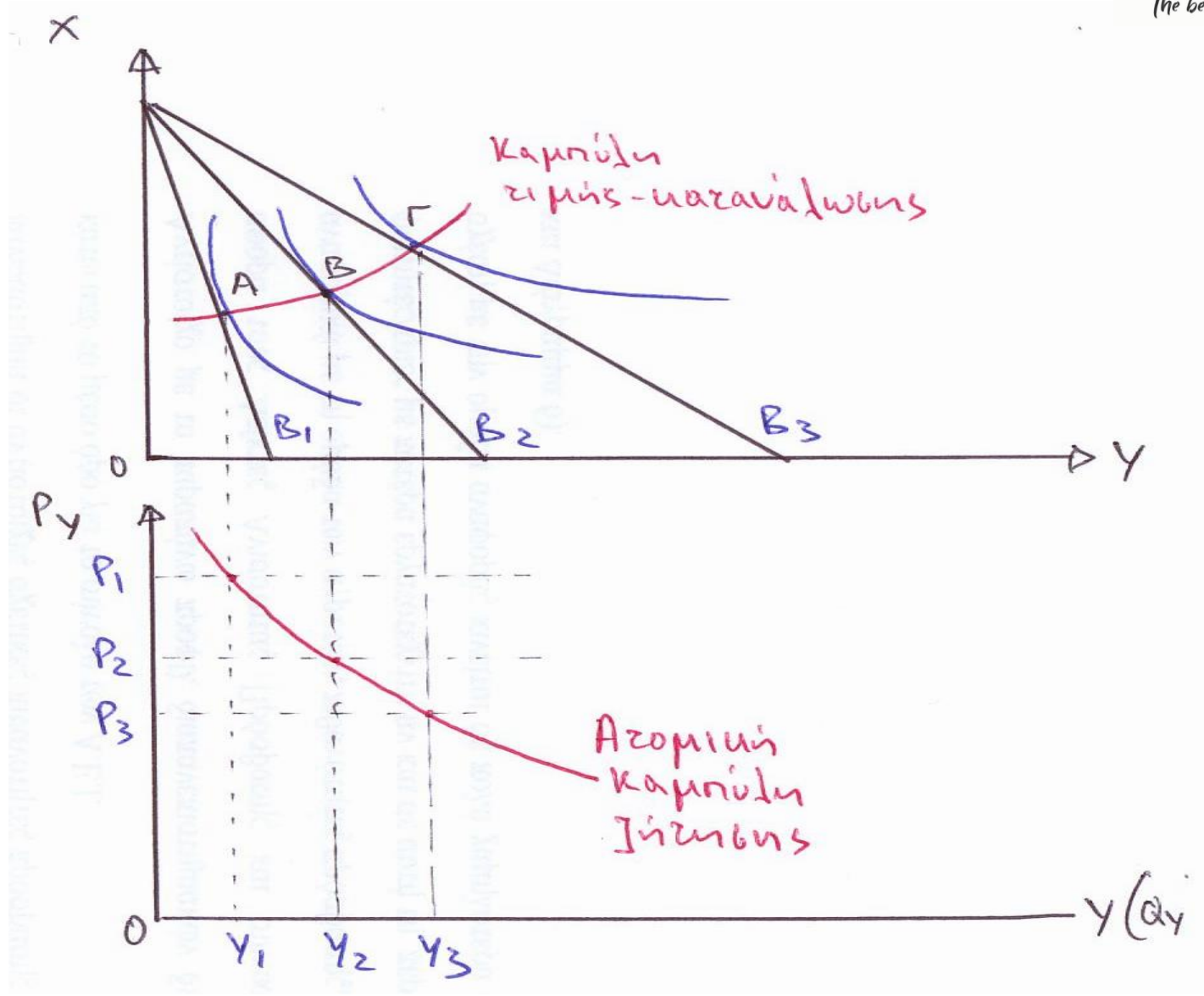


Καμπύλη τιμής-κατανάλωσης :

Δείχνει πως μεταβάλλονται οι συνδυασμοί που επιλέγει ο καταναλωτής με τη μεταβολή της τιμής του αγαθού.

Με βάση την καμπύλη τιμής-κατανάλωσης μπορούμε να εξάγουμε την καμπύλη ζήτησης του καταναλωτή (ατομική καμπύλη ζήτησης – individual demand curve).

ΚΑΜΠΎΛΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ



- Αθροίζοντας οριζόντια τις ατομικές καμπύλες ζήτησης λαμβάνουμε την αγοραία καμπύλη ζήτησης (market demand curve).

Αγοραία καμπύλη ζήτησης

Θεωρία Παραγωγής

- Η συνάρτηση παραγωγής είναι μια τεχνολογική σχέση που συνδέει το παραγόμενο προϊόν με τους συντελεστές παραγωγής (εργασία και κεφάλαιο).
- Η συνάρτηση παραγωγής φανερώνει το μέγιστο ποσό του παραγόμενου προϊόντος που είναι δυνατόν να παραχθεί με δεδομένο συνδυασμό συντελεστών παραγωγής, με βάση την τεχνολογία που χρησιμοποιεί η επιχείρηση:

- $X = f(L, K)$

όπου X = προϊόν, L = εργασία, K = κεφάλαιο

$$(X, L, K \geq 0)$$

Με βάση την συνάρτηση παραγωγής ορίζονται τα παρακάτω μεγέθη:

- $APL = X / L$ (μέσο προϊόν της εργασίας)

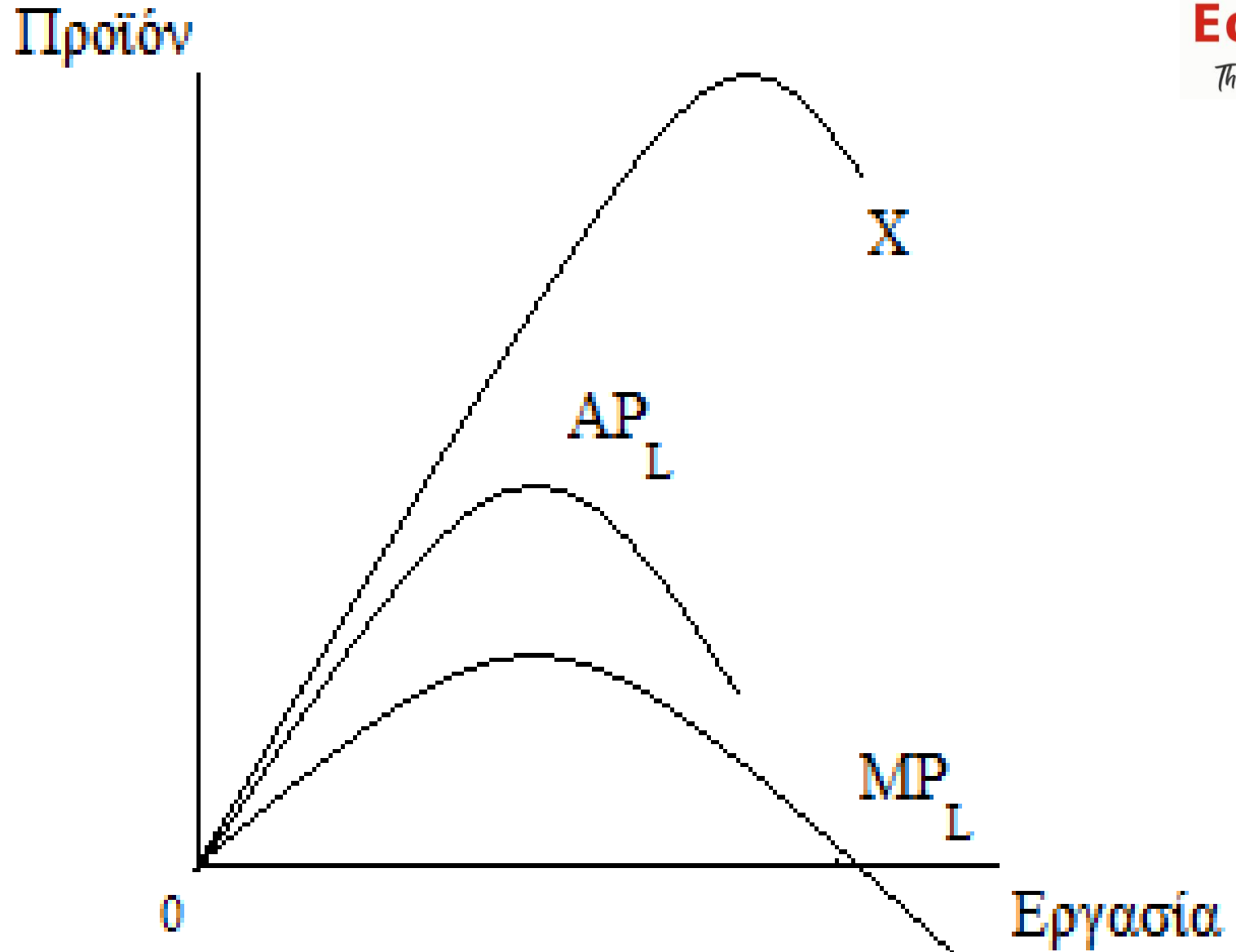
- $APK = X / K$ (μέσο προϊόν του κεφαλαίου)

- $MPL = dX / dL$ (οριακό προϊόν της εργασίας)

- $MPK = dX / dK$ (οριακό προϊόν του κεφαλαίου)

Παράδειγμα
παραγωγής με έναν
παραγωγικό
συντελεστή

L	X	AP _L	MP _L
0	0	-	-
1	6	6	6
2	22	11	16
3	36	12	14
4	46	11.5	10
5	55	11	9
6	60	10	5
7	63	9	3
8	64	8	1
9	63	7	-1



Καθώς αυξάνεται ο μεταβλητός συντελεστής (εργασία) το συνολικό προϊόν στην αρχή αυξάνεται και στην συνέχεια φθίνει. Την ίδια συμπεριφορά έχουν το μέσο προϊόν και το οριακό προϊόν.

Όταν το συνολικό προϊόν είναι μέγιστο το οριακό προϊόν είναι μηδέν, ενώ καθώς φθίνει το συνολικό προϊόν το οριακό προϊόν γίνεται αρνητικό.

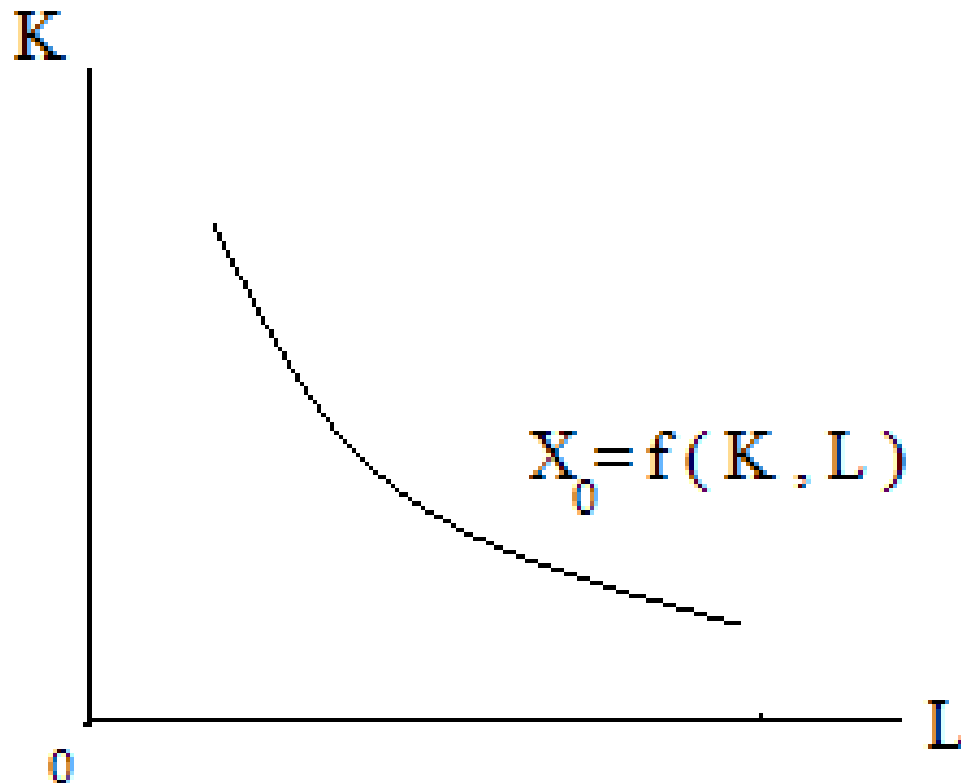


- Στην θεωρία παραγωγής κάνουμε διάκριση ανάμεσα στο **μακροχρόνιο και βραχυχρόνιο** διάστημα στην παραγωγική διαδικασία.
- **Βραχυχρόνιο** θεωρείται το διάστημα που δεν είναι αρκετά μεγάλο για να έχει η επιχείρηση την δυνατότητα να μεταβάλλει τον **κεφαλαιουχικό της εξοπλισμό**. Το κεφάλαιο θεωρείται σταθερός συντελεστής, ενώ η εργασία θεωρείται μεταβλητός συντελεστής.
- **Μακροχρόνιο** είναι το μεγάλο εκείνο διάστημα στο οποίο η επιχείρηση έχει την δυνατότητα **να μεταβάλλει όλους τους παραγωγικούς συντελεστές** δηλαδή οι παραγωγικοί συντελεστές είναι όλοι μεταβλητοί).

- Παραγωγή με δύο παραγωγικούς συντελεστές

Καμπύλη ισοπαραγωγής ή ίσου προϊόντος είναι ο γεωμετρικός τόπος των σημείων που φανερώνουν τους συνδυασμούς K και L που παράγουν δεδομένο επίπεδο προϊόντος.

- Διάγραμμα καμπύλη ισοπαραγωγής



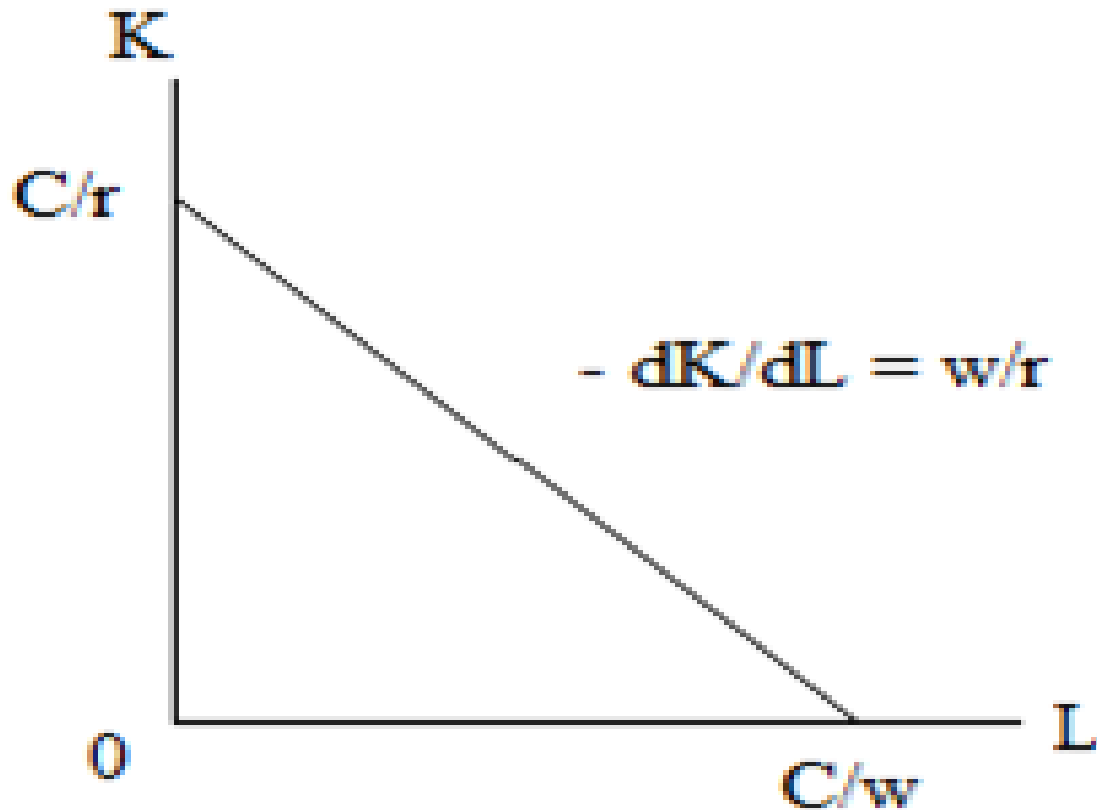
Η κλίση της καμπύλης ισοπαραγωγής είναι αρνητική ($dK / dL < 0$), που σημαίνει ότι η αύξηση του ενός συντελεστή συνεπάγεται μείωση του άλλου, προκειμένου η επιχείρηση να είναι σε θέση να παράγει δεδομένο επίπεδο προϊόντος.



$$\frac{dK}{dL} = \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{\text{οριακό προϊόν εργασίας}}{\text{οριακό προϊόν κεφαλαίου}}$$

- Οριακός λόγος τεχνικής υποκατάστασης φανερώνει τον ρυθμό υποκατάστασης του ενός συντελεστή παραγωγής στον άλλο.

Ισορροπία της παραγωγικής μονάδας

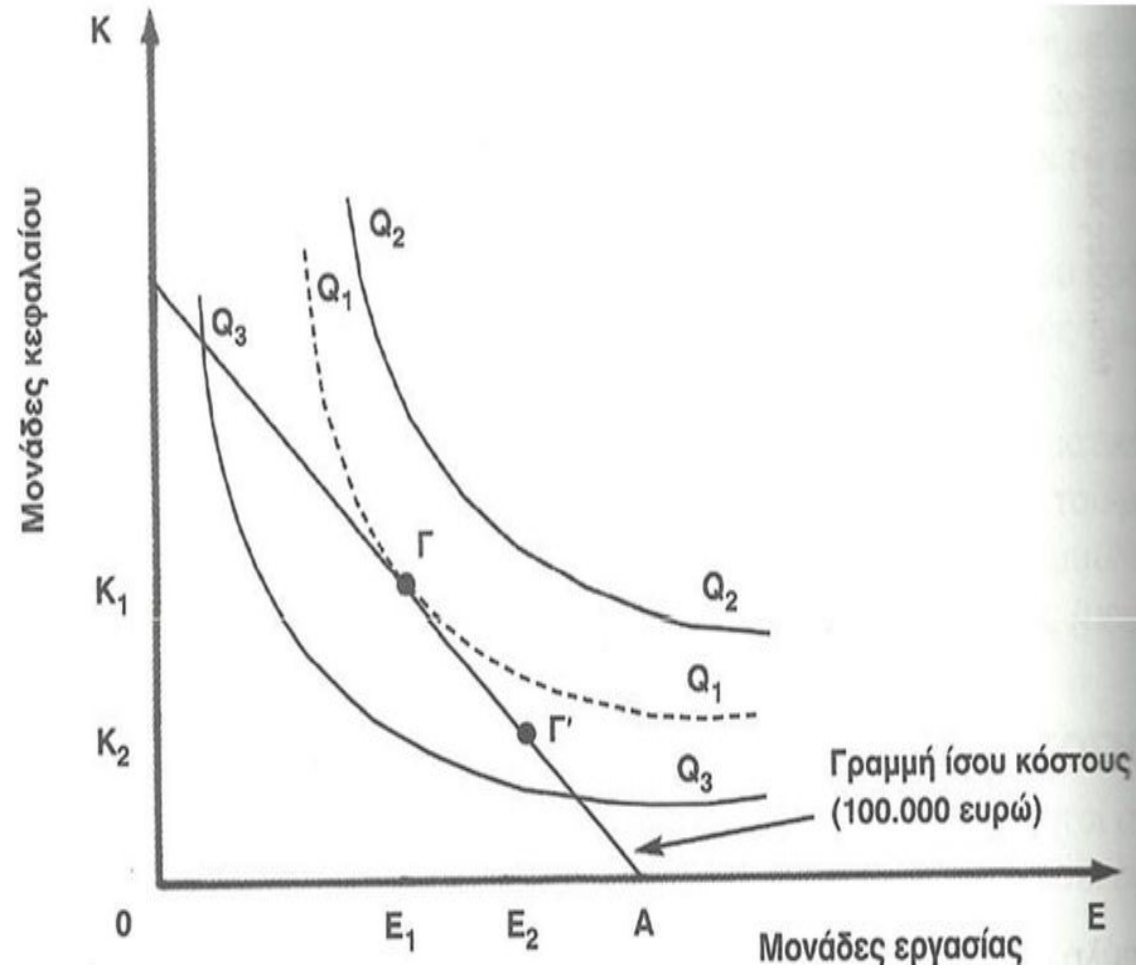


- Στόχος της παραγωγικής μονάδας είναι η μεγιστοποίηση του προϊόντος λαμβάνοντας υπόψη το κόστος των παραγωγικών συντελεστών.
- Ως γραμμή ίσου κόστους ορίζουμε το γεωμετρικό τόπο όλων των συνδυασμών των εισροών τους οποίους η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει με δεδομένο το χρηματικό κόστος C .

- $C = r K + w L$, όπου:
- r είναι το κόστος του κεφαλαίου και w είναι το κόστος της εργασίας.
- Δηλαδή το **κόστος των μηχανών**, τα ενοίκια των κτηρίων είναι το **r** , ενώ το **W** είναι τα ημερομίσθια των εργαζομένων.
- Σχεδιάγραμμα γραμμής ίσου κόστους



ΓΡΑΜΜΗ ΙΣΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ



• Ξέρουμε πως η γραμμή ίσου προϊόντος ισούται με: $-\frac{dK}{dL} = \frac{MP_L}{MP_K}$

• Ξέρουμε πως η γραμμή ίσου κόστους ισούται με: $-\frac{dK}{dL} = \frac{w}{r}$

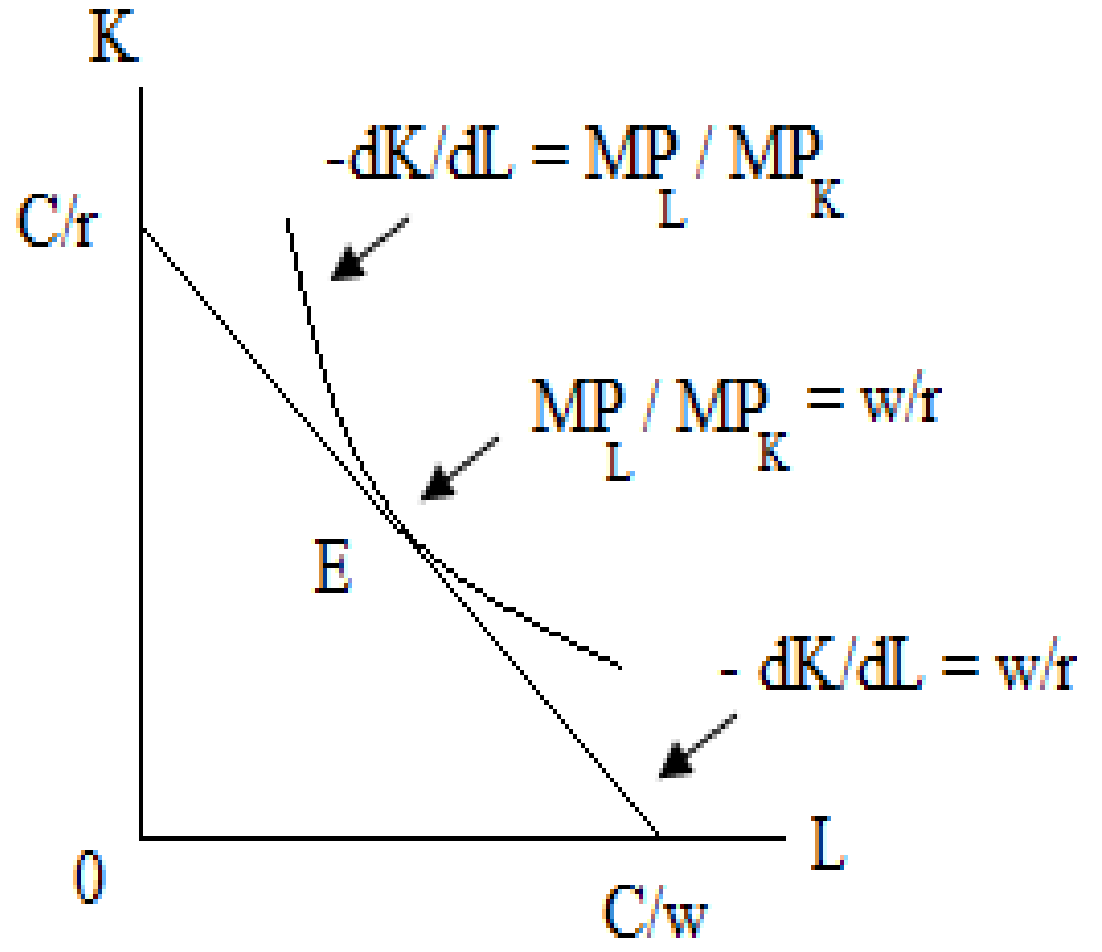
• Άρα στο σημείο E όπου εφάπτονται οι καμπύλες ίσου προϊόντος και ίσου κόστους θα ισχύει ότι:

$$-\frac{dK}{dL} = \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{w}{r}$$

• Σχεδιάγραμμα ισορροπίας της παραγωγικής μονάδας

Σκοπός της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση της παραγωγής με δεδομένη τη γραμμή του ίσου κόστους.

Στο σημείο επαφής της καμπύλης ισοπαραγωγής με την καμπύλη ίσου κόστους (σημείο E) επιτυγχάνεται ο άριστος συνδυασμός των εισροών που μεγιστοποιεί το προϊόν.

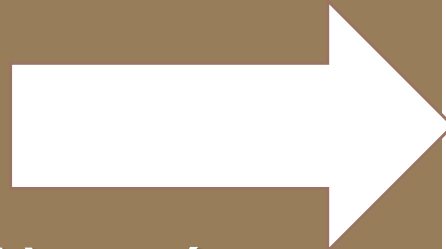


Θεωρία Κόστους

Κόστος

- για τις επιχειρήσεις είναι οι δαπάνες που πραγματοποιούνται για την παραγωγή και τη διάθεση του προϊόντος τους. Όπως και στην θεωρία παραγωγής μεγάλης σημασίας είναι ο παράγοντας χρόνος (βραχυχρόνιος/μακροχρόνιος) που η επιχείρηση καλείται να πάρει αποφάσεις αναφορικά με τους συντελεστές παραγωγής.
- Έχουμε μελετήσει ότι η συνάρτηση ίσου κόστους είναι της μορφής: $C = r K + w L$.

- Αν βρισκόμαστε στην βραχυχρόνια περίοδο η συνάρτηση ίσου κόστους εξειδικεύεται ως:



- Δηλαδή η μόνη μεταβλητή που μεταβάλλεται είναι η εργασία, ενώ το κεφάλαιο, η πληρωμή του κεφαλαίου, και η πληρωμή της εργασίας παραμένουν σταθερές.

$$C = \bar{r}K + \bar{w}L$$



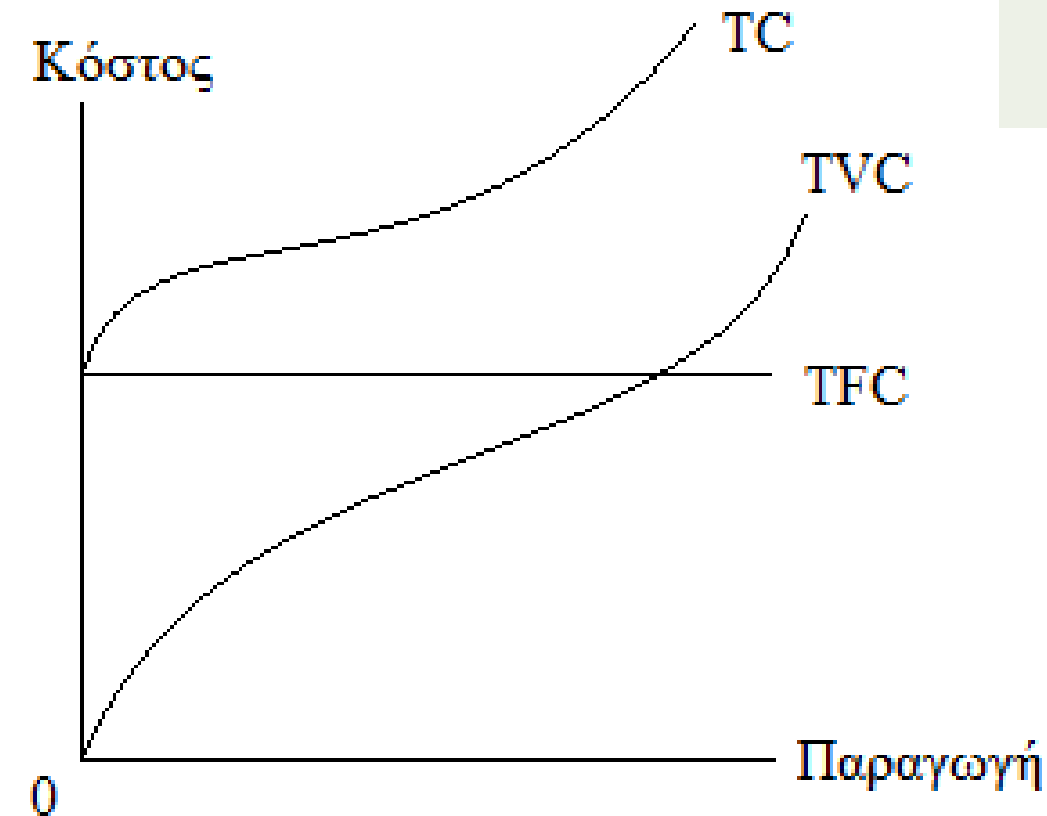
Eclass4U

The best Choice for you



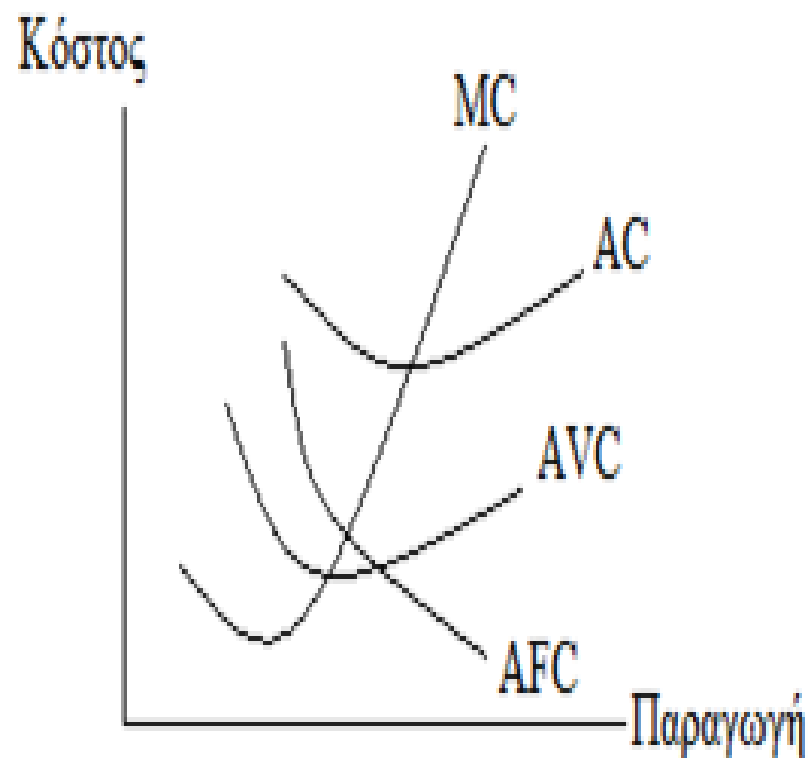
- Άρα στην βραχυχρόνια περίοδο το συνολικό κόστος (C) είναι το άθροισμα του σταθερού κόστους (\overline{rK}) και του μεταβλητού κόστους (\overline{wL}).
- Στην μακροχρόνια περίοδο όμως, όπου η επιχείρηση έχει μεγάλο διάστημα στην διάθεση της για να μεταβάλλει του συντελεστές παραγωγής της, η συνάρτηση ίσου κόστους εξειδικεύεται ως: $C = rK + wL$, δηλαδή όλοι οι συντελεστές μπορούν να μεταβληθούν.

- Διαγραμματική παρουσίαση συνολικού, σταθερού και μεταβλητού κόστους βραχυχρόνια



Η καμπύλη του σταθερού κόστους είναι παράλληλη στον οριζόντιο άξονα του προϊόντος. Οι καμπύλες του συνολικού και μεταβλητού κόστους είναι ανερχόμενες. Το μεταβλητό κόστος ξεκινάει από την αρχή των αξόνων. Το συνολικό κόστος ξεκινάει από το σημείο του σταθερού κόστους, αφού είναι το άθροισμα του μεταβλητού και του σταθερού κόστους.

- Διαγραμματική παρουσίαση μέσου συνολικού, μέσου σταθερού, μέσου μεταβλητού και οριακού κόστους βραχυχρόνια



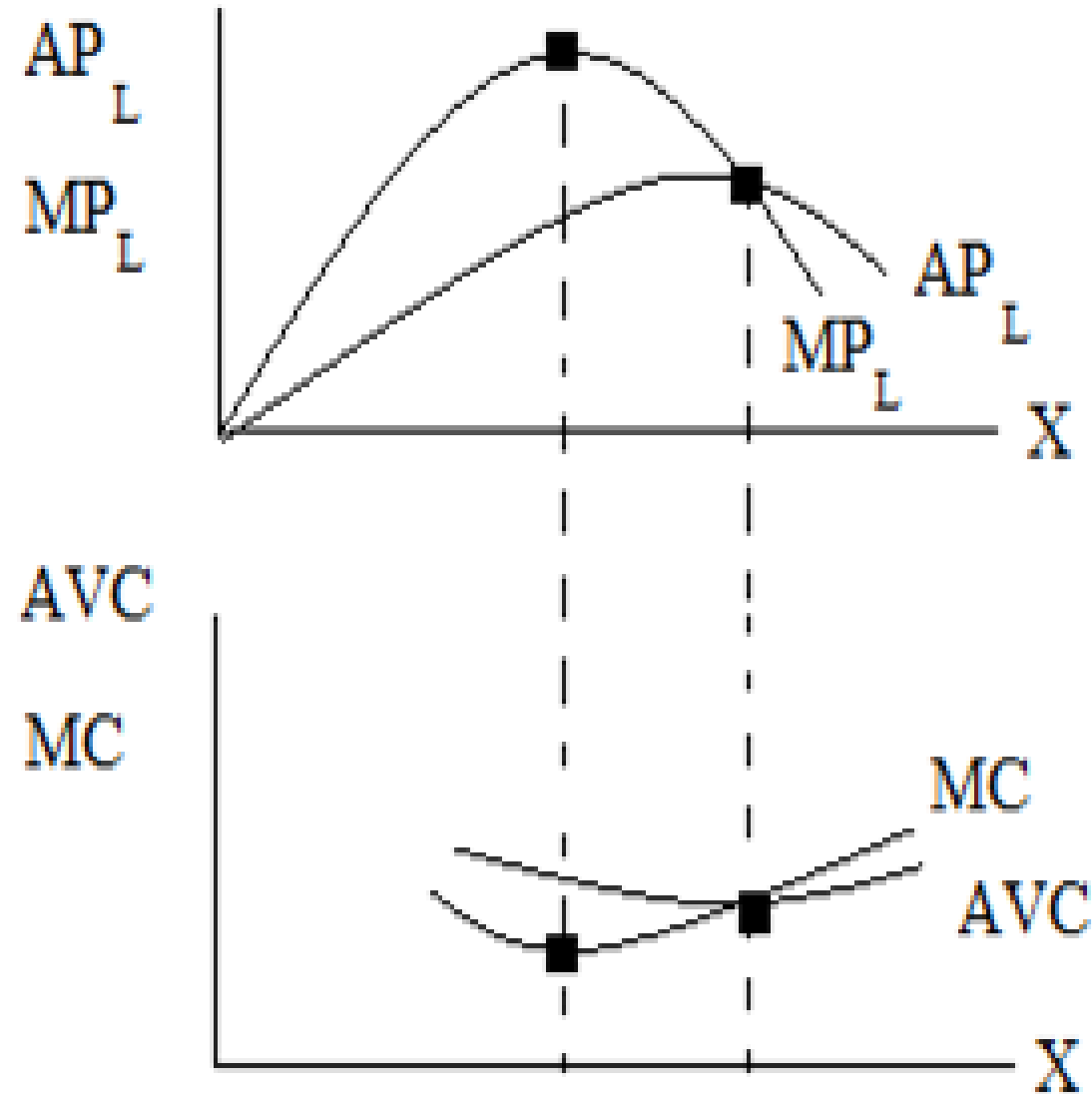
Η καμπύλη του μέσου σταθερού κόστους συνεχώς κατέρχεται. Οι καμπύλες του μέσου κόστους, μέσου μεταβλητού κόστους, και οριακού κόστους στην αρχή κατέρχονται, και μετά ανέρχονται. Η καμπύλη του οριακού κόστους τέμνει τις καμπύλες μέσου κόστους, και μέσου μεταβλητού κόστους στο κατώτερο σημείο τους.

Σχέσεις καμπυλών προϊόντος και κόστους

- Οι καμπύλες παραγωγής και κόστους σχετίζονται αντίστροφα. Όταν οι καμπύλες μέσου προϊόντος και οριακού προϊόντος ανέρχονται οι καμπύλες μέσου κόστους και οριακού κόστους κατέρχονται.

- Στο επίπεδο προϊόντος, όπου οι καμπύλες μέσου προϊόντος και οριακού προϊόντος λαμβάνουν τη μέγιστη τιμή τους οι καμπύλες μέσου κόστους και οριακού κόστους λαμβάνουν την κατώτατη τιμή.

- Διάγραμμα σχέσεων προϊόντος και κόστους



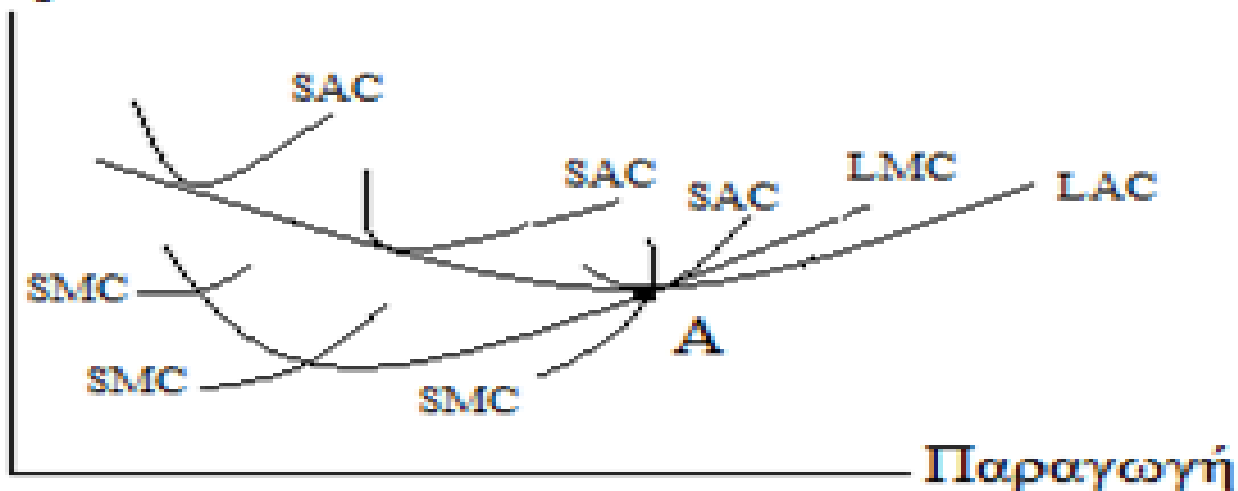


- Το κύριο χαρακτηριστικό της μακροχρόνιας περιόδου είναι ότι όλες οι εισροές που λαμβάνουν μέρος στην παραγωγική διαδικασία είναι μεταβλητές. Επομένως, η καμπύλη του συνολικού κόστους στην μακροχρόνια περίοδο ξεκινά από την αρχή των αξόνων.

Η μακροχρόνια καμπύλη μέσου κόστους (LAC) είναι η καμπύλη που περιλαμβάνει τα τμήματα των βραχυχρόνιων καμπυλών μέσου κόστους (SAC) που δείχνουν το χαμηλότερο δυνατό κόστος για κάθε επίπεδο παραγωγής.

Τόσο η μακροχρόνια καμπύλη μέσου κόστους (LAC) όσο και η μακροχρόνια καμπύλη οριακού κόστους (LMC) έχουν προκύψει από την ένωση σημείων βραχυχρόνιων καμπυλών μέσου κόστους (SAC) και βραχυχρόνιων καμπυλών οριακού κόστους (SMC), αντίστοιχα.

Κόστος



Παραγωγή

- Διάγραμμα σχέσεων μεταξύ μακροχρόνιων και βραχυχρόνιων καμπυλών μέσου και οριακού κόστους

Στο σημείο A ισχύει ότι:

$$LMC = LAC = SMC = SAC_{min}$$

Θεωρητικά μπορούμε να έχουμε άπειρο αριθμό καμπυλών βραχυχρόνιου μέσου κόστους (SAC) και βραχυχρόνιου οριακού κόστους (SMC) σε αντίθεση με τις μοναδικές καμπύλες (LAC, LMC) της μακροχρόνιας περιόδου

Οι μακροχρόνιες καμπύλες μέσου και οριακού κόστους ονομάζονται και καμπύλες "περίβλημα"

